

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
E.A.P. DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA OFERTA INFORMATIVA DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN NOCTURNOS NACIONALES ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y LAS NECESIDADES INFORMATIVAS DE LOS POBLADORES ENTRE 18 A 40 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN NICOLÁS GARATEA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, ENTRE FEBRERO – ABRIL DEL 2013.

**INFORME DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TESISTAS: ORTIZ SOTO NATALIA ROSMERY

ASESOR (A): LIC. CARLOS SÁNCHEZ VÁSQUEZ

HOJA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR

El presente informe de tesis con fines de titulación: LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA OFERTA INFORMATIVA DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN NOCTURNOS NACIONALES ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y LAS NECESIDADES INFORMATIVAS DE LOS POBLADORES ENTRE 18 A 40 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN NICOLÁS GARATEA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, ENTRE FEBRERO – ABRIL DEL 2013 ha contado con el asesoramiento del licenciado Carlos Sánchez Vásquez, quien deja constancia de su aprobación.

Lic. Carlos Sánchez Vásquez

ASESOR

HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR

Terminada la sustentación de la tesis titulada: LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA OFERTA INFORMATIVA DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN NOCTURNOS NACIONALES ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y LAS NECESIDADES INFORMATIVAS DE LOS POBLADORES ENTRE 18 A 40 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN NICOLÁS GARATEA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, ENTRE FEBRERO – ABRIL DEL 2013.

Se considera APROBADOS a la Bachiller, Ortiz Soto Natalia Rosmery, dejando constancia de ello el Jurado Evaluador integrado por:

Lic. Esmila Calderón Reyes

PRESIDENTE

Lic. James Solís Godoy

INTEGRANTE

Lic. Carlos Sánchez Vásquez

INTEGRANTE

DEDICATORIA

Dedico de manera especial este trabajo de investigación a Dios todopoderoso, por ser mi fuente, mi mano derecha, mi sustento, el que me ha dado la capacidad para que esta meta se hiciera realidad, sin ti Dios no hubiese podido, gracias porque en ti todas las cosas son posibles.

A mis padres, Maritza y Alejandro, regalo maravilloso de Dios me ha dado, por su apoyo incondicional, por sus esfuerzos y sacrificios que han hecho por mí, para que este sueño hoy fuera una realidad, éste título también es de ustedes papas.

A mis hermanos: Cinthya, Diego y Paulo por su apoyo y contribución, por su ayuda para que se hiciera realidad este logro.

A mi enamorado Alejandro por su incondicionalidad en todo momento, por su apoyo y darme aliento en los momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme brindado la oportunidad de existir, y haber podido llegar hasta esta con mucho anhelo y esfuerzo.

A mi asesor de tesis Lic. Carlos Sánchez Vásquez, por haber depositado su confianza en mi persona para esta investigación, por su asesoramiento, apoyo incondicional y acertadas observaciones que permitieron se realice el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

Se estudiaron las ediciones de los noticieros nocturnos nacionales durante tres meses del 2013 y se aplicó una encuesta a los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote para conocer la relación entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los vecinos.

Un total de 60 ediciones de los noticieros nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central formaron parte de la muestra de la ficha de análisis. Las informaciones fueron clasificadas por tipo de noticias, duración de la información y fuentes.

También se aplicó una encuesta a 336 pobladores de la urbanización Nicolás del distrito de Nuevo Chimbote, quienes formaron parte de la muestra poblacional. Para su selección se tuvo en cuenta que residan en dicho sector y que se informen por uno de los noticieros nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

El presente estudio permitió conocer la relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

En los informativos se pudo evidenciar que el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central es de carácter policial, pues el 67% de las informaciones corresponden a este tipo de noticias, mientras que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central es de línea informativa política, en razón de que el 42% de sus informaciones corresponden a este tipo de información.

Concluimos el estudio que existe relación entre la oferta informativa del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, porque el tipo de hechos que se difunden en este medio de comunicación, con más frecuencia, es de corte policial, que los ciudadanos prefieren consumir.

Además, se concluyó que la oferta informativa del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote guardan relación, debido a que la información más difundida en este noticiero es la de carácter política la misma que los vecinos privilegian y prefieren consumir.

Palabras claves: oferta informativa, necesidades informativas, noticiero, fuentes informativas.

ABSTRACT

issues of national nightly news were studied during three months of 2013 and a survey was applied to the residents of the Nicholas Garatea residential district of New Chimbote to know the relationship between the informative offer newscasts night television national Atv News Edition Central and Central News Tv Peru Edition and the information needs of the neighbors.

A total of 60 editions of the national evening news edition and Atv News Central News Central Edition Tv Peru were part of the sample analysis card. The information was classified by type of news, duration and sources of information.

A survey of 336 residents of the urbanization Nicholas Nuevo Chimbote district, who were part of the sample population was also applied. For selection it took into account residing in that sector and are reported by one of the national evening news edition Atv News Central News Central Peru and TV Edition.

This study allowed to know the relationship between the informative offer nightly television newscasts national edition Atv News Central News Central Peru and TV Edition and the information needs of the residents of the urbanization Garatea Nicholas District New Chimbote.

In the news it was evident that the news of national nightly television Atv News Central Edition is a police nature, as 67% of the information corresponding to such news, while the national evening news TV Peru News Central Edition is online information policy, because that 42% of information correspond to this type of information.

The study concluded that there is a relationship between the informative offer nightly national television newscast Atv News Central Edition and the information needs of the residents of the urbanization Garatea Nicholas District New Chimbote, because the type of events that are broadcast in this medium communication, most often, is cutting police, citizens prefer to consume.

Furthermore, it was concluded that the information offer news national evening TV Tv Peru News Central Edition and the information needs of the residents of the Nicholas Garatea residential district of Nuevo Chimbote relevant, because the most widespread information in this newsletter is the political character of the same privilege and neighbors prefer to consume.

Keywords: door information, information needs, news, information sources.

ÍNDICE

	Página
CARÁTULA	i
HOJA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR	ii
HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRAC	viii
ÍNDICE	ix

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento	14
1.2. Antecedentes	20
1.3. Justificación	29
1.4. Objetivos	31
-Objetivo General	31
-Objetivos Específicos	31
1.5. Hipótesis	32

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1.1.- La Comunicación	34
2.1.1.1.- Concepto	34
2.1.1.2.- Tipos de Comunicación	36
2.1.1.3.- Modelos de Comunicación	41
2.1.2.- Los Medios de Comunicación	44
2.2.1.- La Prensa	44

2.1.3.- Aspectos relacionados con los Medios de Comunicación	46
2.1.3.1.- Medio como Empresa	46
2.1.3.2.- El Medio Periodístico	48
2.1.4.- Desarrollo del Periodismo Televisivo	54
2.1.4.1.- El Periodismo	54
2.1.4.2.- El Periodismo Televisivo en el Mundo	54
2.1.4.3.- El Periodismo Televisivo en el Perú	57
2.1.5.- Géneros Televisivos	59
2.1.5.1.- Clases de Géneros Televisivos	61
2.1.6.- Formatos Televisivos	62
2.1.6.1.- Noticiero	62
2.1.6.2.- El reportaje	63
2.1.6.3.- El Panel	64
2.1.6.4.- Los Debates	64
2.1.7.- El Tratamiento de la Información	65
2.1.7.1.- Noticias positivas y noticias negativas	65
2.1.8.- Fuentes informativas	75
2.1.9.- La Crónica Roja y el Sensacionalismo	77
2.1.9.1.- La Crónica Roja	77
2.1.9.2.- El Sensacionalismo	79
2.1.10.- Oferta Informativa y Necesidad Informativa	80
2.1.11.- Periodismo y Democracia	86
2.1.11.1.- Derecho a la Información	86
2.1.11.2.- La calidad de contenidos informativos	86
2.1.12.- Los Medios y la Sociedad	87
2.1.12.1.- Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación	87

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE ESTUDIO

3.1. Materiales y Procedimientos	91
3.2. Procedimientos de recolección de datos	93
3.3. Universo. Muestra	94

CAPÍTULO IV

4.1. Presentación de los resultados	110
4.1.1. Resultados cuantitativos de la guía de análisis	110
4.1.2. Resultados del cuestionario	127
4.2. Discusión	178
 CONCLUSIONES	 180
RECOMENDACIONES	182
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	184
ANEXOS	189

CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Formulación del problema

En todo el mundo, el concepto calidad de contenidos de noticieros televisivos ya está siendo puesto en práctica por empresas de televisión, que han aceptado que si no lo hacen, no podrán alcanzar sus propios intereses.

El diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (2001) define calidad en su primera acepción como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”.

En los últimos años, mejorar la oferta informativa de los noticieros; es decir las informaciones periodísticas que los medios de comunicación brindan a diario a la población, y satisfacer las necesidades informativas del televidente entendidas como demanda de información que le es de interés y preferencia, se han convertido en unas de las acciones más promovidas por instituciones externas al Estado, pero aún los ciudadanos exigen a las empresas televisivas comprometerse en el desarrollo y mejoramiento de la calidad de contenidos de sus noticieros, con respecto a la cobertura sobre la problemática del ciudadano, aporte informativo en sus notas, diversidad de opiniones, disminuir la exhibición de rostros de niños violados, raptados o asesinados.

En Chile, por ejemplo según la última encuesta realizada en el 2008 por el Consejo Nacional de Televisión, los noticieros se imponen frente a la radio y a los diarios: las personas señalan que la televisión es el medio más informativo. Esto significa que, al igual que en materia de frecuencia de consumo, los chilenos siguen optando en forma mayoritaria todavía por informarse a través de los noticieros de televisión, tal vez porque en su evaluación personal siguen considerando que el rol informativo es el aspecto más positivo de la televisión actual. La citada encuesta muestra que 4 de cada 5 personas manifiestan estar de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación, “la televisión es una importante fuente de información”.

El estudio también revela que el 54% de la población se encuentra insatisfecha con respecto a la oferta de los contenidos de los noticieros de señal abierta, además consideran que la audiencia de ese país ha decidido que la calidad de oferta de los noticieros se relacione con la oportunidad de la información, la credibilidad de la fuente y la dimensión humana de las noticias, este último de creciente importancia.

Por otra parte, en Bolivia según un estudio realizado por el Observatorio Nacional de Medios en mayo del 2012 sobre “Violencia, ética y calidad informativa en Televisión” las informaciones de los noticieros de ese país se centraron en un 57% en inseguridad ciudadana (asesinatos, robos, accidentes, etc.) y en un 43% en conflictos sociales (usualmente cobertura de protestas y enfrentamientos de diversos sectores sociales en vivo).

La investigación concluye, que la oferta informativa de los noticieros es cuestionada porque no brinda suficiente sobre dónde o cuándo ocurrió el hecho, quiénes fueron los protagonistas de la historia narrada como novela y tampoco se proporciona declaraciones de fuentes especializadas. Este tipo de cobertura suele dejar de lado la protección de la vida privada de las personas, a la dignidad de las víctimas, no respeta el Código Niño, Niña y Adolescente ni la presunción de inocencia de los supuestos agresores.

En el Perú, en la última encuesta realizada por Ad Rem S.A.C, a pedido del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, sobre actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y la televisión 2013, mostró resultados impresionantes, entre ellos, que la televisión sigue siendo el medio de comunicación más utilizado por los peruanos (97% los fines de semana y 99% de lunes a viernes), seguido por la radio (81% y 85% respectivamente), medios a los que dedicamos diariamente en promedio 6 horas 20 minutos, y 2 horas con 53 minutos respectivamente.

Sin embargo, pese a esta preferencia y consumo de la televisión, todavía existe un alto grado de insatisfacción (superior al 60%) que se pone en manifiesto en particular de los noticieros de televisión.

Sobre los contenidos, menos de la mitad (47.7%) de los encuestados perciben que los noticieros de los canales de señal abierta informan adecuadamente; un 43.9% cree que los noticieros televisivos no profundizan ni hacen investigación, para un 85.3% las noticias estarían muy focalizadas en Lima.

Sobre las motivaciones de los noticieros televisivos, el 69.1% cree que responden a intereses empresariales y el 63.4% cree que son manejados por autoridades políticas.

Y, como la insatisfacción o necesidad genera demanda, habría un espacio para contenidos televisivos especialmente noticiosos que no está siendo cubierto por la oferta actual, según la investigación ¿Quién puede ocupar dicho espacio? La televisora estatal estaría interesada.

Si bien la encuesta revela que la mayoría de personas considera que la programación de Tv Perú es buena o muy buena (68%), lo cierto es que solo un 15% sintoniza Tv Perú todos los días.

Y es que la afinidad de estos medios con los gobiernos de turno dan razones suficientes para desconfiar de su cobertura noticiosa. El propio estudio de ConcorTV revela que un 76% cree que Tv Perú es un canal vocero del gobierno de turno.

En otro estudio realizado también por Ad Rem S.A.C en febrero y mayo del año 2008, a pedido del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, sobre programas de noticias difundidos en televisión de señal abierta a nivel nacional y en algunas regiones muestra que las principales áreas temáticas de los noticieros son los deportes (29.4%) y los hechos policiales (15.0%). Con un porcentaje mucho menor les siguen la política (7.9%), la problemática del ciudadano (7.1%) y los problemas sociales (5.5%). Los tópicos que tratan de tragedias, accidentes o desastres naturales suman 9.4%.

Con respecto al alto índice de noticias deportivas, el estudio demuestra que casi la totalidad de estas (94.6%) son relativas al fútbol nacional e internacional, mientras que las demás prácticas deportivas son prácticamente inexistentes. Los

deportistas y dirigentes deportistas son, además, los actores sociales con mayor presencia en los noticieros (29.3%), solamente superados por el ciudadano común (35.7%).

Sobre el género de los actores sociales, el estudio demostró que el 64.4% son hombres, mientras que solamente el 5.7% son mujeres y un 29.9% muestra a ambos sexos.

La diferencia de cifras es aún mayor con respecto al grupo etario, donde las personas adultas colman los noticieros (96.3%), mientras que los niños y adolescentes (3.1%) y los adultos mayores (0.5%) son casi inexistentes.

En el caso de los noticieros de las ciudades de Chiclayo, Cajamarca, Trujillo, Huancayo, Arequipa, Cusco e Iquitos, el estudio muestra que los deportes ocupan menor importancia (5.7%) que en Lima; no obstante, los hechos policiales (19.9%) y la problemática del ciudadano (15.6%) se incrementan. Lo mismo ocurre con la presencia de actores sociales, donde la presencia de deportistas o dirigentes deportivos (5.9%) disminuye con respecto a Lima (29.3%), brindando más espacios a los ciudadanos (43.7%), al gobierno regional o local (14.1%) y a profesionales y expertos (7.1%).

La menor presencia de noticias deportivas en las ciudades mencionadas se puede justificar en que la mayoría de los 'bloques noticiosos' que forman parte de los programas de alcance nacional, internacional y de deportes ya fueron difundidos previamente.

En cuanto a entrevistados y expertos, el estudio menciona que estos aparecieron en el 30% de los noticieros. En el noticiero 90 Segundos, se utilizan en el 100% de sus emisiones, mientras que en Buenos Días Perú aparecen en un 70% y Primera Edición en un 20%, al igual que en Confirmado. El 84.3% de estos corresponden al género masculino, 90.9% son nacionales y el 100% corresponde a los adultos.

En cuanto al uso de fuentes, las notas emitidas tienen al menos una, el 85.5% de los noticiarios suelen utilizar una fuente en las noticias que emiten, el 8.6% emplean 2 fuentes y el 3.6% 3 fuentes.

Sobre el aporte informativo de las fuentes, la investigación revela que la mayoría de los noticiarios emite todas sus notas con algún aporte informativo, siendo estas el 99.4%. Solo 90 Segundo y Global Noticias, presentaron unas pocas notas sin aporte informativo, las cuales les significaron el 1.6% y el 2.6% de sus notas respectivamente. Estos dos noticiarios también fueron los únicos según el estudio que presentaron notas con fuentes inconsistentes el 0.3% y el 2.6% de sus notas respectivamente, sin embargo el 99.6% de las notas del total de los noticiarios si tuvo consistencia.

Los resultados del análisis indican que el noticiario que más contrastó las notas controversiales que presentó fue 90 Segundos, con un 91.7% de notas contrastadas; mientras que RBC no contrasta ninguna de sus notas controversiales.

Además la encuesta muestra que en el caso de faltas a la ética periodística, en cuento a los casos de apelación a la emocionalidad, fuentes no identificadas, fuentes mal identificadas, trato discriminatorio o descalificatorio, imágenes de archivo distorsionadoras, respeto por el anonimato de los niños, niñas y adolescentes e imágenes violentas o con contenido sólo para adultos; el 32.9% de las emisiones de todos los noticiarios incurrió en este tipo de faltas.

La falta a la ética periodística más recurrente es la apelación a la emocionalidad, que llega a un índice de 25.7% del total de las emisiones revisadas. El noticiario que más incurre en esta situación es 90 Segundos, recurso que aparece en el 80.0% de sus emisiones.

Otra de las instituciones que ha tenido la iniciativa de saber qué es lo que realmente piensa y espera el público de los medios de comunicación en nuestro país y más aún de la televisión es la Veeduría Ciudadana de la Comunicación, como movimiento ciudadano y crítico impulsado por la Asociación de

Comunicadores Sociales Calandria, realizó una campaña para consultar a la ciudadanía sobre noticieros y los programas periodísticos de la televisión, dicho sondeo fue realizado del 4 al 15 de agosto del 2008 en la ciudad de Chimbote como también de manera simultánea en Lima, Trujillo, Arequipa e Iquitos.

Las cualidades que se juzgaron como importantes fueron: Objetividad y veracidad en primer lugar (33.6%), seguido luego por los que les permite conocer la realidad (12.4%) desde una matriz educativa. También tiene peso la explicación de hechos y dar información clara y comprensible, en la misma línea (11.8%). Con menos porcentaje, las opiniones y noticias tengan varias fuentes de información, lo que habla de una valoración ciudadana de la pluralidad.

En cuanto a no mostrar rostros de niños violados, raptados o asesinados. 102 personas hablan de respetar la vida privada de las personas. En ese sentido, la encuesta concluyo que existe un avance en los públicos al apreciar no sólo el espectáculo sino rasgos informativos de calidad comunicativa y ética.

El sondeo de opinión también concluye que la población reitera la importancia de mejorar la calidad informativa, la que entienden como veracidad, independencia, imparcialidad, uso de varias fuentes, claridad entre otras. Lo educativo, de visión amplia, es también destacado aunque por menos personas.

Esta recomendación podría entenderse como un reclamo de utilidad noticiosa para aprender. En el estudio se percibe demandas éticas más o menos precisas, cuestionando el amarillismo y la morbosidad. Algunos reclaman diversidad de opiniones o de puntos de vista. Hay un 18.2 % que parecen no tener opinión y posicionamiento.

En este sentido, son múltiples las necesidades informativas de la población que pertenecen a nuestro país han registrado y continúan registrando, mientras que los noticieros no muestra cambios en su oferta informativa.

1.2 ANTECEDENTES

Para el desarrollo del trabajo de investigación “La relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, entre Febrero – Abril del 2013” consulte algunas tesis realizadas por algunos colegas a nivel nacional e internacional.

1.2.1 Antecedentes directos:

En la búsqueda de antecedentes directos con mi tema halle investigaciones que guardan relación directa.

- a. Rayén Condeza, Ingrid. “El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa”. Pontificia Universidad Católica de Chile. Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Santiago – Chile 2013. Investigación de tipo cuantitativa.

La investigación concluyó en lo siguiente:

- En términos de frecuencia de uso de medios para informarse diariamente, los resultados muestran la importancia que tiene Facebook para los adolescentes, frente a los medios tradicionales, salvo la televisión. La dieta informativa presenta diferencias de acuerdo con la dependencia escolar. Esto ratifica la presencia de sesgos socioeconómicos en el consumo de noticias de estos adolescentes.
- En cuanto al interés por las noticias, los principales temas son educación, salud, policía y el movimiento estudiantil. Los temas que menos interesan son política y economía. Esto puede interpretarse como falta de interés en la política tradicional, pero no necesariamente como indiferencia hacia la

acción cívica o política, precisamente por el interés hacia temas de la esfera pública.

- Al comparar estos resultados con la pauta informativa de los medios chilenos es posible detectar una distancia entre lo que interesa a los adolescentes y a los medios. El estudio puede servir para que la industria informativa planifique estrategias editoriales que ofrezcan mayor oferta y diversidad de temas para estos grupos. Para los adolescentes las principales motivaciones para consumir noticias están ligadas a su utilidad social por su valor informativo. Ello sugiere potenciar noticias para este tipo de usos (apelar a temas de su interés, posibilidades de compartirlas y comentarlas, entre otros).
- b. Hernández Herrera, Leticia Gpe. “Estudio de la calidad de los noticieros de la televisión local en Nuevo León, México: El caso de multimedios televisión, Televisión Azteca Noreste y Televisa Monterrey”. Universidad Regiomontana. Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Monterrey- México 2007. Investigación de tipo descriptiva.

El estudio tuvo como conclusiones que:

- Durante el análisis realizado, se apreció que no se encontró una relación directa entre la importancia de una nota y el tiempo que se le dedicó a esta.
- La jerarquización de la información, desde los titulares, destacó noticias de accidentes y comentarios sensacionalistas, reforzando la idea de un peligro latente.
- Hubo una marcada tendencia a mostrar primero los aspectos más espectaculares una situación, tales como fierros retorcidos, ambulancias con la sirena encendida, heridos inmovilizados en camilla, para luego precisar que “por fortuna” o “afortunadamente” no ocurrió un daño mayor.
- Los conductores de los noticieros analizados tendieron a comportarse como protagonistas de un programa y no como presentadores de noticias, con una marcada inclinación a usar un tono de figura de autoridad, condescendiente o “didáctico”.

- Los relatos en pantalla se hicieron con dramática música de fondo, en un intento evidente de apelar a las emociones del auditorio.
 - La estructura de los tres noticieros, en general, trató eventos aislados de manera tan reiterada que transmitió un mensaje de peligro y de desconfianza en la seguridad en el entorno social.
 - En el caso de las emisiones analizadas, la jerarquización y la estructura de la información privilegia la violencia, el sensacionalismo, o bien la trivialidad y el “no acontecimiento”.
- c. Brito Galarza, Gabriela. “Influencia que ejercen los noticieros de TC Televisión en los telespectadores”. Universidad Politécnica Salesiana. Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Cuenca – Ecuador 2010. Investigación de tipo longitudinal.

El estudio tuvo como conclusiones que:

- Respecto de la hipótesis: “los noticieros del mediodía y de la noche de TC Televisión utilizan el sensacionalismo como recurso para transmitir la información noticiosa”, fue comprobada en su totalidad, a través de un análisis realizado por la investigadora a la información, imágenes, telespectores, mensajes, sensacionalismo, señales y características de la información transmitida por dichos noticieros; se demostró además, mediante el estudio con dos grupos focales a los noticiarios que presenta TC Televisión a las 12.45 y 19.00; investigación realizada en base a la percepción que tuvieron las familias luego de observar los noticieros.
- La televisión es un medio de comunicación poderoso; pues tiene la capacidad de llegar a una infinidad de individuos, haciendo uso de la tecnología y de dos armas claves; mismas que son influyentes en la percepción de telespectador: imagen y voz.
- La televisión, de acuerdo a los contenidos que transmite; influyen sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

- Los noticieros no son programas de entretenimiento ni de cultura, pero deben formar. Son instrumentos que bien o mal manejados pueden ayudar a mejorar o a empeorar el país.
 - No se debe informar por informar, tampoco aumentar el rating con noticias sensacionalistas; si se quiere aumentar el índice de audiencia, hay que hacerlo en base a calidad informativa; es más difícil, pero el buen periodismo así lo hace.
 - El televidente no está consciente de lo que mira ni escucha, tan sólo observa los noticieros porque son sinónimo de credibilidad.
 - Los noticieros del mediodía y de la noche de TC Televisión si usan el sensacionalismo como un recurso para llegar al telespectador, pues incluyen en sus noticiarios, información imágenes y mensajes de esta índole.
 - Según los dos grupos focales analizados; los noticieros del mediodía y de la noche de TC Televisión usan el sensacionalismo como un recurso para informar; pues luego de observar su transmisión reconocieron información, imágenes y mensajes sensacionalistas.
 - El televidente debe ser un ente crítico ante lo que observa y escucha, tiene que ver televisión y exigir calidad sin quedarse con las primeras impresiones; el periodista es el único que tiene el poder para lograr este tipo de actitud en el telespectador; sólo lo conseguirá a través de su imparcialidad, veracidad, profesionalismo; y, sin el uso del sensacionalismo como un recurso para llegar al televidente; solo por rating.
- d.** Prada Boluarte, Jianli Nery. “Impacto de los noticieros televisivos de señal abierta en los estudiantes de nivel secundario de 14 a 18 años de la Institución Educativa José Granda del distrito de San Martín de Porres”. Universidad Nacional de San Marcos. Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Lima – Perú 2010. Investigación de tipo descriptivo transeccional.

Las conclusiones sustanciales a las que arribó fueron:

- Los productores seleccionan las noticias y en su criterio de jerarquización están faltando a la ética periodística y prefieren preocuparse más por la competencia entre canales con el único interés de asegurar el *rating* del día, sin tomar importancia al impacto causado en los adolescentes que aún no tienen una estabilidad emocional como para determinar qué deben y no deben hacer.
 - Los tres noticieros de televisión analizados son sensacionalistas e impactan psicológicamente y socialmente en el público adolescente de 14 a 18 años de edad de la institución educativa José Granda.
 - Existe apelación abusiva a la emocionalidad por medio de la música que transmiten como fondo para darle mayor dramatización a la noticia y así poder causar un impacto psicológico y social en el televidente.
- e. Ferrer Pizarro, Raisa. “Las implicancias de ser un canal de todos los peruanos. La construcción de agenda periodística en TV Perú desde la perspectiva de sus funcionarios públicos, sus periodistas y los ciudadanos del distrito rural de Maras”. Pontificia Universidad Católica del Perú. Tesis para optar el Título de Licenciado en la especialidad de Comunicación para el Desarrollo. Lima- Perú 2014. Investigación de tipo descriptivo.

Las conclusiones principales a las que llegó fueron:

- El modelo de gestión de TV Perú no responde absolutamente a una agenda gubernamental, pero en ocasiones puede relegar fuera de la pantalla algunas tensiones existentes en la sociedad peruana. El medio no cumple un rol constante favorable a la «accountability horizontal» y el centralismo en términos de contenidos noticiosos es común. Por ende, su aporte a la mejora de la calidad democrática es bajo aún.
- En TV Perú, la coordinación entre la oficina de comunicaciones de la PCM y los mandos que gestionan el canal es fluida, a diferencia que la que se establece con los ciudadanos de a pie, quienes no encuentran canales

para vincularse con la construcción de la agenda mediática de los noticieros. Más allá de que “informar con veracidad” fue reconocido como un valor por el equipo de prensa, no se tiene claro qué tipo de periodismo se quiere hacer, el periodismo cívico no aparece como una opción.

- En Maras el ejercicio del derecho a la comunicación es aún bajo debido a que el acceso a participar en la construcción de agenda del canal estatal es limitado y el nivel de confianza y representatividad del medio es bajo. Ciudadanos ni funcionarios del distrito no participan planteando contenidos a difundir. Esto me parece que podría ser común a otros distritos de características similares a las de Maras.

1.1.2 Antecedentes indirectos:

En el transcurso de la investigación encontré antecedentes que guardan relación indirecta con mi tema.

- a. Vásquez Del Salto, Andrea. “Reestructuración del Noticiero Hechos y Noticias del canal municipal TV 5 Guaranda, en base al análisis de las audiencias, dirigido para todo tipo de público”. Universidad Tecnológica Israel. Tesis para optar el Título de Licenciado en de Ingeniera en Producción de Televisión y Multimedia. Quito – Ecuador 2013. Investigación de tipo deductiva.

La investigación tuvo como conclusiones que:

- Después de un acercamiento y análisis del noticiero Hechos y Noticias, se concluyó que el problema comunicacional del canal, radica en la falta de conocimiento sobre lo que al televidente le interesa ver, esto se evidencia en el bajo número de espectadores que actualmente tienen, por este motivo se vio la importancia de realizar una medición de audiencias, para que contribuya de manera importante y lograr identificar los puntos que se deseaba cubrir y llevar a cabo una buena implementación en cuanto a

investigación y calidad de información para el canal, y por con siguiente al informativo en reestructuración.

- Se pudo constatar que el proceso de producción no era optimo aun cuando es indispensable en un noticiero para que su programación sea la indicada, por otra parte se realiza una reunión semanal para dividir el trabajo, los equipos de campo y conocer que noticias tendrán mayor importancia durante la semana, por esta razón se vio la urgencia de realizar un trabajo de producción profundo.
- Dado que hace 4 años el noticiero mantiene la misma línea gráfica, se concluyó que su modificación era indispensable y se procedió hacer el rediseño en su totalidad, el proceso de implementación debe manejar una imagen clara, de tal manera que los televidentes identifiquen, cada uno de sus segmentos, nombres de entrevistados, intro de inicio y final del noticiero Hechos y Noticias ya que se manejaría un solo estilo de imagen, de tal manera que se posesionara como marca.
- Debido al trabajo que se realizó en el canal municipal Tv 5 Guaranda se pudo evidenciar que no existía calidad tanto en investigación y producción al momento de ejecutar los reportajes, más bien ellos usaban cantidad, es decir que preferían realizar noticias superficiales, sin la investigación necesaria, notas de 3 minutos con tal de llenar el espacio en la programación, la nueva propuesta para la reestructuración del informativo es brindar al televidente un servicio de información con calidad es la parte primordial del proyecto de grado; se le ha dado un cambio en donde predomina la investigación y un plan semanal de producción, para que el noticiero Hechos y Noticias sea líder en brindar los acontecimientos que suceden dentro de la provincia.
- En el aspecto tecnológico, el Canal municipal Tv 5 Guaranda no cuenta con amplios recursos, de todas maneras no es un impedimento para realizar un buen trabajo de grabación y edición, la creatividad es primordial en la preparación y creación de un programa informativo ya que parte de una idea y se apoya con las herramientas tecnológicas que cuenta el medio de comunicación, y de esta manera lograr un producto sin

complicaciones, el objetivo primordial es realizar un trabajo de calidad y que cumple con las necesidades requeridas por la audiencia.

- Los canales locales deben tener mayor cantidad de producción propia y evitar copiar a los nacionales, debido que la audiencia es diferente, y no se logrará el mismo objetivo, esto se observó en el canal municipal, que no cuentan con una producción propia, y se limitan a realizar copias de programas extranjeros y nacionales, donde no cuentan con buena cantidad de público, debido a que ya se mira lo mismo en un canal con mejor resolución, es por esta razón que los canales regionales, deben realizar producción propia y que interese a la ciudadanía.
- b. Cruz Velásquez, Carlos Armando. “Violencia en los medios masivos de comunicación: una propuesta artística a partir de la imagen recontextualizada”. Universidad de las Américas Puebla. Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Puebla – México 2004. Investigación de tipo descriptiva.

Las conclusiones sustanciales a las que arribó fueron:

- No existe una responsabilidad de los medios para con la Sociedad. El hablar de responsabilidad de los medios es una utopía, ya que los medios no están hechos para el ciudadano común y corriente, sino que estamos a merced de ellos.
- No solamente vivimos en la violencia que presentan los medios, sino que también somos víctimas de la violencia ideológica que los medios encabezan.
- Urgen propuestas que busquen la reflexión en torno a diferentes temas, ya que el bombardeo de información es demasiado y que no existen espacios en los que se profundice o se critique la problemática social.
- El contenido noticioso violento y trivial es prácticamente simultáneo a la publicidad y se da en ocasiones mayor importancia a la información publicitaria.

1.3 IMPORTANCIA

La investigación es conveniente para conocer la relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Así mismo, los resultados del estudio beneficiarán a la población, la investigación contribuirá a promover vinculaciones dialogantes entre periodismo y ciudadanía, para influir en las sociedades locales y regionales incluyendo a sus gobiernos; también servirá a los medios de comunicación para que sigan trabajando en este delicado tema que implica lograr el equilibrio de sus informaciones mostrando que la población también es protagonista, lo cual aportaría a la promoción de un mayor nivel informativo desde las noticias.

Por ende, el estudio tiene relevancia, porque servirá como referente teórico para investigaciones venideras que también deseen indagar en la variable en estudio. Además, que los resultados ofrecerán un material de consulta académica de estudiantes de comunicación social y servir de referencia en el proceso de su formación para que incorporen una perspectiva ciudadana más democrática y a toda la sociedad para que exija informaciones de calidad donde su voz sea escuchada.

Al término de la investigación, se aportará con la realización de un nuevo instrumento de validez científica, los cuales servirán para la recolección de datos de futuros proyectos que contengan la variable estudiada.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Si bien los noticieros nocturnos nacionales con el transcurso de los años han mejorado en tecnología, es importante conocer como la población los percibe con respecto a su oferta informativa y en cuanto han evolucionado en información.

Otras de las razones por la que se realizó el estudio de la relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros nocturnos nacionales y las necesidades informativas de la población, es porque es importante corroborar algunas preferencias de los televidentes, como también sus propuestas para mejorar la oferta informativa de los noticieros.

Según Ortiz “La oferta informativa que plantean los noticieros de televisión nocturnos nacionales se caracteriza por carecer en su mayoría de informaciones que estén relacionadas a las necesidades informativas de la población”.

Si bien los noticieros le dan mayor cobertura a las informaciones de corte policial, esto no es gratuito; pues este tipo de noticias también muestran la complejidad de nuestra realidad; la problemática se inicia por la excesiva difusión de estas informaciones, haciendo a un lado otras problemáticas que son de trascendentes e interesantes para la sociedad.

Según Bravos “La noticia es un hecho actual de interés público que sirve para reflejar los sucesos y hechos de la realidad social”.

Un aspecto que demuestra el desequilibrio en las informaciones presentadas por los noticieros, es en la obtención de los datos, pues estos provienen de las denominadas fuentes oficiales como, políticos, militares, policías, funcionarios públicos, empresarios, etc.

Según Millares “En el quehacer periodístico diario no se considera al ciudadano como sujeto clave de la comunicación, por ello no se le escucha, los medios en su mayoría imponen las temáticas que forman parte de la política del medio periodístico”.

La presencia del público como fuente aparece en menor medida cuando se trata de dar a conocer sus problemáticas, necesidades y denuncias lo contrario sucede cuando se les expone como víctimas en distintos hechos deplorables, fatales o adversos.

En las informaciones de los noticieros, los protagonistas son un pequeño sector integrado por personajes políticos entre otros y las víctimas se encuentran conformadas por el sector mayoritario (el público).

Actualmente los noticieros de televisión tratan de imponer temas en los que el público no se ve reflejado, pues los medios de comunicación masiva elaboran sus propias agendas periodísticas en base al criterio que maneja cada medio como empresa.

Según Ana María Millares Castellanos “El periodismo ciudadano es aquel en que los ciudadanos son valorados como depositarios de otro tipo de saber sobre la ciudad: el de la vida cotidiana y las prioridades en los temas colectivos a partir del debate de valores.

Este sentir de insatisfacción ante la oferta informativa manifestada en la audiencia de Chimbote es probable que se repita en otras provincias de nuestro país, pues la estructura en la jerarquización de las informaciones de los noticieros proviene de Lima y es por ello que las filiales están obligadas a seguir las mismas pautas.

La elección de los noticieros ATV Noticias Edición Central y TV Perú Noticias Edición Central se debe a la diversidad de información que poseen como: notas policiales, políticas, económicas, deportivas, espectáculos entre otras.

También porque cada uno de estos tiene una línea distinta; en el caso de ATV Noticias Edición Central mantiene en su mayoría la cobertura de informaciones de corte policial, mientras que Tv Perú Noticias Edición Central informaciones enfocadas a la política, lo que permitirá conocer que es lo que prefiere la población cuando visualiza estos noticieros nocturnos.

Seleccionar la población de la urbanización Nicolás Garatea en el Distrito de Nuevo Chimbote para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, se debe a que esta cuenta con personas de distinto género, status social por ende profesional; que contribuirá a realizar un mejor recojo de información en cuanto a la pluralidad de opiniones, posiciones etc.

1.5 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, entre Febrero – Abril del 2013?

1.6 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.6.1 General

Conocer la relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

1.6.2 Específicos

- ✓ Identificar las características de la oferta informativa de los noticieros nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.
- ✓ Comparar los tipos de informaciones que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.
- ✓ Establecer las necesidades informativas de la población de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

1.7 HIPÓTESIS

La presente investigación de enfoque cuantitativo prescindió de hipótesis desde la fase del proyecto.

Debido a que la investigación busca indagar la relación que existe entre las variables, oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales y necesidades informativas de la población no hay forma de contrastación o estudio.

CAPÍTULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 La Comunicación

2.1.1.1 Concepto

Rodrigo Alsina Miguel, Zepeda José, Llanos Horna Segundo y Vásquez Reyna Diógenes (2001, pág.37) coinciden cuando definen a la comunicación, porque consideran que es un acto en el que por partes existe un mutuo interés para interactuar, y además que a través de ella las relaciones humanas se fortalecen.

Rodrigo Alsina Miguel, en su libro “Teorías de la comunicación ámbitos, métodos y perspectivas”, define que la comunicación es un proceso de difusión e intercambio de informaciones significativas, exigencias y contenidos culturales entre individuos y grupos en la consumación de sus relaciones. Estas relaciones se inician mediante la comunicación, desencadenando por si mismas procesos comunicativos propios”.

Es un proceso, cualquier hecho comunicativo es un episodio contingente, que empieza y acaba y sigue un determinado desarrollo; esto vale tanto para el individuo como para los grupos o colectividades o las sociedades.

Las características del proceso comunicativo serán distintas si se tratan de individuos o sociedades. En la comunicación interpersonal o en el teatro, por ejemplo se establecen las señales de inicio y final. En el caso de las sociedades, es más difícil establecer el inicio y el final”.

Es interactivo: comunicar es un hecho social, comunicar es una relación, no una cosa. Incluso en el caso de los medios de masas cada vez se tiene más claro que se produce una relación entre el receptor y el medio de comunicación. En la comunicación, la producción, el mensaje en sí mismo y el efecto serian la materialización de la relación: el producto/resultado de la comunicación”.

Todo proceso de comunicación tiene una dimensión de control o responde a estrategias de control para influir en el grupo o la colectividad. De hecho, hasta en el acto de comunicación más simple se pretende causar determinado efecto en

el interlocutor. Si hago una aseveración espero ser creído, si hago una pregunta espero una respuesta.

En sentido estricto, para hablar de comunicación, se deben cumplir las siguientes condiciones:

- Que exista una mutua posibilidad de intercambiar los roles entre emisor y receptor.
- Que ambos participantes estén en capacidad de formular y transmitir sus propios mensajes.
- Que ambos participantes intercambien sus mensajes, sus significaciones de acuerdo a intereses comunes.
- Que exista retroalimentación, manifestación de reacciones en relación al mensaje presentado.

“Por su lado Zepeda José (2007, pág. 3), en su artículo “El derecho a la comunicación” menciona que la comunicación es un proceso social fundamental, es la base de toda organización social, también es una interacción humana entre individuos y grupos, a través de la cual se forman identidades y definiciones”.

“Llanos Horna Segundo (1993, pág. 9), en su libro Periodismo Informativo menciona que la comunicación es compartir mensajes o contenidos ideológicos nacidos de los pensamientos, sentimientos, deseos, actitudes, etc. De las personas”.

“Vásquez Reyna Diógenes (1992, pág.2), en su libro Manual de la Comunicación Moderna, menciona que la comunicación se da cuando un individuo desea dar a conocer alguna idea, alguna inquietud, algún sentimiento o creencia a otro u otros individuos. Generalmente, la comunicación humana se hace a través de la palabra, oral o escrita, utilizando un medio determinado y sobre todo, un código por el comunicador o emisor y el comunicante o receptor. En otras palabras es la interacción de dos o más personas”.

2.1.1.2 Tipos de Comunicación

Estomadoyro Alegre Julio (2004, pág.25), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo” menciona que la comunicación intrapersonal e interpersonal son las que utiliza el ser humano en su vida cotidiana y la cual coincide con la parte social.

2.1.1.2.1 Intrapersonal

Es la que el ser humano utiliza para comunicarse consigo mismo. La comunicación intrapersonal es la base de todas las otras formas de comunicación humana.

Este sistema de comunicación permite tomar decisiones basadas en la información recibida a través de los sentidos.

2.1.1.2.2 Interpersonal

Se trata de la comunicación que se produce cuando se está en contacto con otras personas, era una comunicación cara a cara, en nuestros días esta comunicación interpersonal puede no requerir el “cara” a “cara”, debido a los adelantos como el correo, el teléfono, el fax o el internet. Como se puede entender, es el tipo de comunicación característico de una sociedad.

En este proceso está presente en todo momento la comunicación intrapersonal en el que se recibe el mensaje que le permite entenderlo, acumularlo a su campo de experiencia, y responder y reaccionar. Es la situación típica en una conversación, en una entrevista.

Cada día usamos comunicaciones interpersonales. Sin embargo, el número de personas a las que podemos llegar con nuestras ideas y mensajes es limitado si este es único medio de comunicación disponible. Para entender todo el potencial de nuestros procesos de comunicación, necesitamos ir más allá de la comunicación interpersonal y utilizar la comunicación de masas o periodística.

2.1.1.2.3 Grupal

Rodrigo Alsina Miguel (2001. pág.60), en su libro “Teorías de la comunicación” menciona que la comunicación grupal se produce entre un

conjunto de personas físicamente reunidas en un mismo tiempo y lugar teniendo la posibilidad de comunicarse directamente entre ellas. En la comunicación grupal a veces es más importante estar juntos que el mensaje en sí mismo. Así lo que puede ser común a los interlocutores potenciales, puede ser una información pero también un sentimiento.

2.1.1.2.4 Unidireccional

Por su parte Rojas Ibico (1997, pág.85) en su libro “Introducción al estudio de la Comunicación” define que este tipo de comunicación se produce desde el emisor y no implica el feedback del receptor, o sea una respuesta, por ejemplo en el caso de la televisión no hay respuesta convencional por parte del receptor, salvo por las listas de audiencia, el feedback entonces es institucionalizado, ya que se decide cuales se acepta y cuáles no.

2.1.1.2.5 Masiva

Rodrigo Alsina Miquel (2001, pág.61), en su libro “Teorías de la comunicación define a la comunicación de masas como aquella comunicación que necesita la existencia de un difusor intermedio tal como la prensa, revistas, la radio o la televisión, para difundir los mensajes a través de un medio de comunicación masiva a un número no determinado de personas.

2.1.1.2.5.1 Las características de la comunicación de masas:

Estomadoyro Alegre Julio (2004, pág.27), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo”, menciona características que distinguen a la comunicación de masas con los otros tipos de comunicación.

- **Un medio de comunicación**

Un medio de comunicación hace posible que el mensaje alcance distancia que van muchas más allá de la inmediata proximidad del emisor. Unos pocos centenares de metros pueden ser el alcance de la voz humana mediante el empleo de ampliación. Un medio de comunicación puede hacer llegar ese mensaje a todo el mundo.

- **Limitación de los canales sensoriales**

La presencia de medio de comunicación limita el número de los canales sensoriales del público receptor. Cuando alguien se sienta en un auditorio y escucha al político, todos sus sentidos pueden participar en el proceso de comunicación. Por ejemplo, después del discurso puede estrechar (tocar las manos del orador). Con un medio de comunicación electrónico solo se puede escuchar y ver al político.

Y aún entonces, se está a merced de la decisión del productor o director respecto, si las tomas deben ser cerradas o distantes, si deben concentrarse en el orador o en la multitud.

- **Comunicación impersonal vs. Comunicación personal**

Otra característica de la comunicación de masas es que resulta grandemente impersonal. Para entender este concepto habría que comparar los mensajes intercambiados en la comunicación interpersonal.

A pesar de que el primer encuentro entre extraños es relativamente impersonal, si la relación continúa, la comunicación llega a ser más y más personal. Con los medios de comunicación, debido a que los participantes en la comunicación son usualmente desconocidos unos de otros, los mensajes son muy impersonales.

- **El concepto del filtrador**

Kurt Lewin define filtrador es cualquier persona o grupo formalmente organizado que este directamente involucrado en las diferentes y sucesivas tareas en el medio de comunicación para hacer posible la información que se da al público.

Un “filtrador” puede ser el editor que selecciona las imágenes originales de un informe televisivo, el jefe de informaciones que dispone qué sucesos se cubren, el responsable de la programación de un canal que ordena eliminar escenas escabrosas en una serie, el director de un periódico que

determina el tema, de un editorial, o cualquier otra persona que participa en el control de los mensajes que ofrece un medio al público.

Se puede entender fácilmente que tales personas tienen la habilidad de limitar la información que el público recibe de los medios de comunicación. También puede ampliar la información, proporcionando hechos, explicaciones o puntos de vista que el público usualmente no recibe. Igualmente, un reportero puede reorganizar o reinterpretar la información que se le da al público, por ejemplo al alterar el orden de los hechos para una mejor comprensión y claridad.

Tres son las funciones del filtrador: limitar la información antes de darla; ampliar el contenido de la información proporcionando hechos y ángulos adicionales; y reorganizar o reinterpretar la información.

- **Reacción retardada**

Los reporteros pueden preguntar acerca de aspectos que no han atendido. El orador puede, a su vez, aclarar cualquier malentendido de inmediato. La diferencia entre la actitud de los asistentes y del reportero; y la de los ciudadanos y el congresista radica en la oportunidad en que se produce.

- **Ruido o interferencia**

Es aquel que perturba el proceso de comunicación.

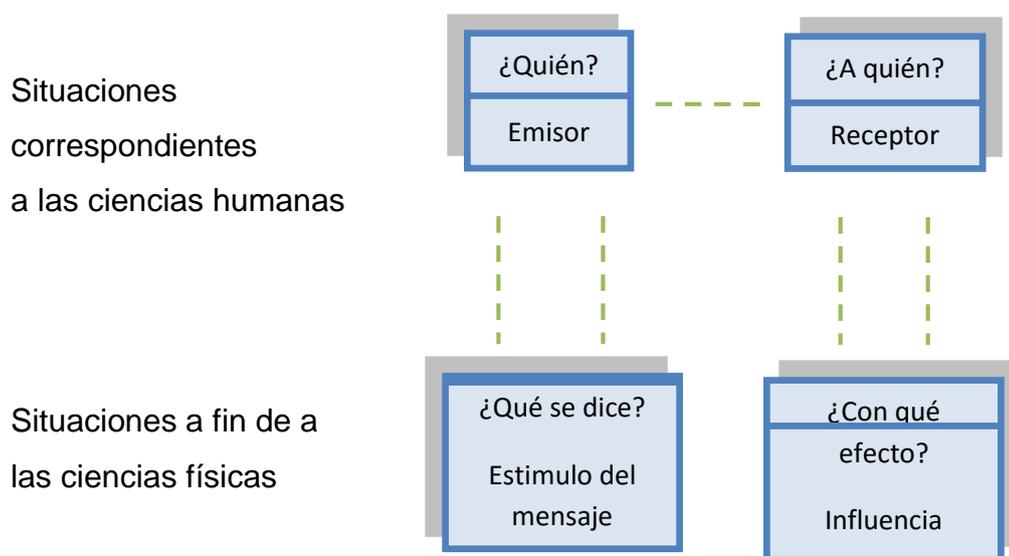
2.1.1.3 Modelos de Comunicación

2.1.1.3.1 Elementos de la Comunicación

En su libro "Manual de la Comunicación Moderna", Diógenes Vásquez Reyna, considera que para exista una buena comunicación es fundamental el emisor, el mensaje, receptor y un canal, pero que además que el receptor y el emisor son aquellos que manejan las relaciones humanas, mientras que el canal y hasta el mensaje son parte de situaciones físicas.

En su libro "Manual de la Comunicación Moderna", Diógenes Vásquez Reyna, cita a Harold Laswell (1992, pág.2) para definir los elementos que

integran un “hecho de comunicación” para describir adecuadamente una acción de comunicación debe contestarse las siguientes preguntas. ¿Quién dice algo? ¿Qué es lo que se dice? ¿Por qué medios? ¿A quién? y ¿Con qué efecto?

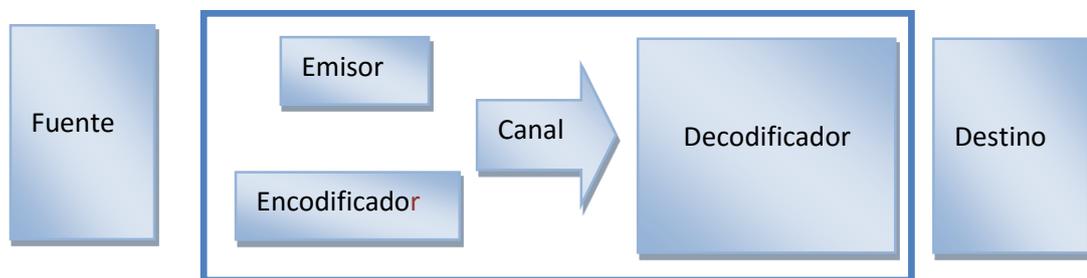


En su libro *Manual de la Comunicación Moderna*, Diógenes Vásquez Reyna (1992, pág.5), cita además a David Berlo que considera seis elementos.

- **La Fuente de la Comunicación:** Toda comunicación humana tiene una fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación con otras personas.
- **El Encodificador:** Es el elemento de elaborar el propósito de la fuente para ser expresado correctamente en forma de mensajes y es el encargado tomar las ideas de las fuentes y disponerlas en un código, en un conjunto sistemático de símbolos, expresado así el objetivo de la fuente en forma de mensaje.
- **El Mensaje:** En la comunicación humana puede ser considerado como una conducta física, traducción de ideas. En suma, es el producto final del

encodificador destinado el receptor o recipiente, es lo que la fuente quiso comunicar.

- **El Canal:** Por el que se logra una buena comunicación, tiene distinta formas. Es exacto decir que para cada mensaje existe un canal.
- **Decodificador:** Es el que traduce el mensaje y le da forma que mejor sea utilizable por el receptor. También es el conjunto de facultades sensoriales del receptor.
- **Receptor:** Es el destinatario final del mensaje originado en la fuente con un determinado propósito.



2.1.1.3.2 Modelos de Comunicación

2.1.1.3.2.1 Modelo de la consolidación sociológica

Siesquen Miquel Rodrigo, en su tesis "Modelos de la Comunicación" menciona que en el modelo sociológico el receptor se ve influenciado no solo por los medios de comunicación sino también por su entorno, lo cual coincide de alguna manera con la teoría del espiral del silencio, porque en ella el locutor 2, quien recibe la información por el temor de no ser aceptado prefiere apoyar ideas de otros a pesar de que no se encuentre de acuerdo con ellas.

Para Schramm en su teoría sociológica, considera al medio de comunicación de masas como un sujeto comunicador que, al igual que la persona, es un descodificador, intérprete y codificador.

Los mensajes son recibidos por una audiencia masiva. Cuando hablamos de medios de comunicación de masas, las masas son la audiencia. En segundo lugar, cada receptor individual, aunque forma parte de la

audiencia masiva, va a descodificar, interpretar y codificar los mensajes que reciba.

Es decir, la interpretación de estos mensajes es un acto individual que hace cada uno de los lectores/oyentes/telespectadores de los mass media. Por último, hay que recordar que esta persona tiene múltiples contactos sociales en su vida cotidiana.

Los individuos se relacionan con distintos grupos en los que comentan los mensajes transmitidos por los mass media. Muchos de los temas que comentamos en nuestros distintos grupos sociales (familia, amigos, compañeros de trabajo, etc.) nos han sido servidos por los medios de comunicación.

En los grupos hay que destacar la existencia de los líderes de opinión. Los líderes de opinión suelen tener un mayor contacto con los medios o un nivel de educación más alto.

La importancia de este modelo radica en que se hace eco de las teorías dominantes sobre los efectos de comunicación de los años 50 a los 70.

La influencia de los medios de comunicación estaba muy condicionada por multitud de variables que intervenían en el proceso comunicativo, de las que el comunicador sólo controlaba el mensaje y su distribución, pero no la interpretación, la recepción ni la reinterpretación por parte del grupo.

2.1.1.3.2.1 Modelo de comunicación en función al Periodismo Participativo

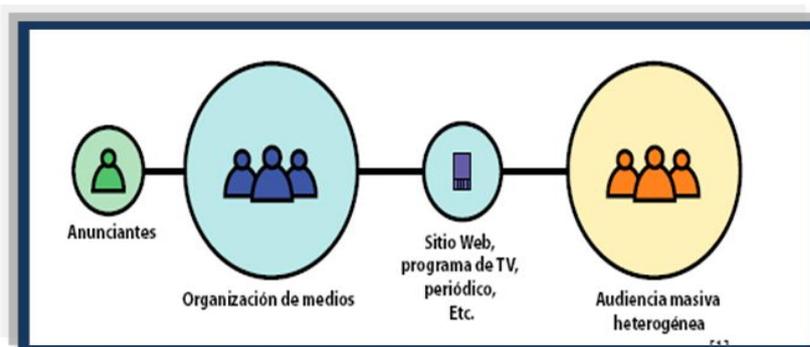
Hromic. Hugo, en su tesis “Una Mirada al Periodismo Participativo, da a conocer un nuevo tipo de periodismo presentando acompañado de un modelo en el que explica la valoración que se tiene al público en comparación con el periodismo tradicional.

- **Modelo de Emisión.**

Este modelo identifica al periodismo tradicional.

Es lineal, comenzando con los anunciantes (que vendrían a ser los periodistas, por ejemplo), pasando por la organización de medios (editores), luego por los medios de difusión (web, TV, diarios, radio, etc.) y llegando finalmente en a la audiencia (ciudadanía).

Se caracteriza principalmente porque toda noticia es filtrada por la organización de medios antes de alcanzar a la audiencia. Los medios tradicionales justifican su existencia principalmente en el comercio (venta de espacios públicos).



- **Modelo de Interconexión.**

En este modelo se rescata la participación del público en el desarrollo de las noticias.

Por otro lado en el periodismo participativo, el flujo de información no es lineal, sino que ocurre de punto a punto. En este caso los participantes son pares y tienen la importante habilidad de cambiar constantemente sus roles (a diferencia del modelo de emisión). Una importante característica de este periodismo, es que las noticias muy frecuente no son filtradas antes de alcanzar a su público, siendo moderada o comentada a posteriori de su publicación.

Todos los participantes de la comunidad tienen la oportunidad de ser reporteros, editores, audiencias, o medio de difusión. Está formado por comunidades que valoran la conversación.



2.1.2 Los Medios de Comunicación

En el Módulo “Curso Taller de Capacitación y Asesoramiento para Corresponsales” (2003, pág.4) se hace énfasis en el tema de los avances tecnológicos que hicieron posible el surgimiento de la era de la información; en la actualidad, la prensa, la radio, la televisión, por su vinculación directa con las noticias, están consideradas como los medios más destacados de la comunicación masiva.

2.1.2.1 La Prensa

Considerada como el primer medio de comunicación masiva, se le denomina así porque utiliza la palabra impresa, los elementos gráficos y la fotografía para difundir sus mensajes, provenientes de fuentes externas, y procesados para transmitirlos a un gran número de lectores; de acuerdo a sus características permite el tratamiento más complejo y profundo de los problemas. La prensa es un medio que demanda la atención exclusiva del lector que exige una decisión personal del lector sobre el tiempo que le dedicará.

2.1.2.2 La Radio

Es el medio de comunicación social que emplea la palabra, el sonido y la música. Las transmisiones radiales funcionan ininterrumpidamente de día y noche,

que la han convertido en uno de los medios más importantes por su gran cobertura e inmediatez.

Sus mensajes están estructurados en códigos sonoros, lingüísticos y paralingüísticos. Los mensajes de radio son temporales y repetitivos, el mensaje se desarrolla en el tiempo y espacio acústico limitado. La radio no solo informa, también persuade y distrae.

2.1.2.3 La Televisión

Se afirma que la televisión es el medio de comunicación más completo y efectivo porque asocia la imagen en movimiento, la palabra y el sonido. Las imágenes vivas filmadas en el lugar de los hechos, le otorgan actualidad y realismo que logran que se imponga sobre otros medios.

Es un medio con gran efectividad para la socialización de los nuevos ciudadanos, a través de la imagen como componente de sus mensajes y es el medio más importante para la comercialización de servicios y productos.

2.1.2. 4 El Internet

El periodismo on line, producto de cuando los mensajes son estructurados en Internet, haciendo uso de los avances de la tecnología electrónica de transmisión del sonido y la imagen, y la informática computarizada.

Desde su aparición el Internet se reveló como el medio ideal, que ofrece, dentro de sus capacidades tecnológicas, muchas ventajas antes atribuidas separadamente a otros medios; lo que se manifiesta en la prensa en línea, tiene la rapidez de una agencia noticiera, la actualidad de la radio, además que permite el flash televisivo, transmisiones en vivo. La profundidad temática también puede ser mayor pues en Internet existe gran cantidad de información, aunque en cuanto a calidad aun es cuestionable.

2.1.3 Aspectos relacionados con los Medios de Comunicación

2.1.3.1 Medio como Empresa

Por su parte Median Montañés Yaritza (2002, pag.32), en su artículo “La oferta democrática de la información” señala que los medios de comunicación social usan canales técnicos para informar persuadir e influir en la conducta de la colectividad en forma extensa.

Estos medios no se dirigen a un individuo sino a un gran público a través de formas impresas o electrónicas cuyas características son: ser indirectas, unidireccionales y públicas; por ello el mensaje está dirigido anónimamente y no conlleva respuesta.

Los medios de comunicación cumplen las siguientes funciones: informativa, formativa, persuasiva y de entretenimiento; por ejemplo consiguen difundir en el público informes culturales, noticias, opiniones sobre los problemas además de proporcionar entretenimiento.

La información es importante para la sociedad contemporánea, muchas veces las decisiones de las personas, sus comportamientos y su forma de vivir están influidos por los medios de comunicación colectiva. Los medios son los canales por los que se da a conocer diferentes conocimientos que el público recoge debido a la importancia que tienen.

Además, hacen que un gran sector de la población tenga entretenimiento al observar espectáculos de diversa índole.

El medio de comunicación como empresa es una organización que se caracteriza por la división del trabajo en áreas específicas como administración o gerencia, producción y edición, publicidad y comercialización, prensa. Por lo tanto la empresa de comunicación es una organización que cuenta con los medios económicos y materiales para la difusión de ideas e informaciones a través de sus diferentes formatos.

No obstante, esta idea empresarial de comunicar informaciones no debe excluir el beneficio económico, elemento de la definición y necesario para la continuidad de la actividad empresarial. Esta idea establece que la necesidad que satisface la comunicación de ideas o informaciones es fundamentalmente intelectual, espiritual, inmaterial, pero no excluye que tenga repercusiones económicas.

Al hablar de calidad en el estricto sentido de la labor profesional es limitado. Para precisar esta condición es necesario tener en cuenta algunos conceptos que se derivan de los medios de comunicación como empresa, es decir, como entes productivos, que ofrecen bienes y/o servicios.

Las empresas de radio, televisión, prensa, nuevos medios tienen una connotación:

- **Económica**, en tanto buscan la rentabilidad del patrimonio por medio de la producción de bienes y servicios con miras a obtener utilidades.
- **Competitiva**, dado que se mueven en diversos mercados con todos sus agentes y tratan de sobresalir entre ellos.
- **Social, política y cultural**, en cuanto cada una integra su acción empresarial y repercute en espacios diversos.

Así, la calidad informativa, aparece determinada por la acción de cada organización en cuanto empresa. Calidad implica para cualquier firma, independiente de su naturaleza, “ajustarse al modelo predeterminado”, “satisfacer las expectativas, demandas o necesidades de los consumidores”; “tener cero defectos”; “cumplir la función para la cual ha sido diseñado el objeto”, “que el producto o servicio sea apropiado para el uso que se le pretende dar”.

Esto en las expresiones más empleadas a nivel empresarial y que no pueden dejarse de lado al momento definir la calidad informativa.

Teniendo en cuenta la estructura empresarial de los medios de comunicación, la que, en conjunto, responde a las premisas económicas,

competitivas, sociales, políticas y culturales. Esto es, la que trata de optimizar los recursos para concretar un producto (mensaje, información) que en el caso de la profesión periodística, según José Alberto García Avilés abarca una serie de “principios básicos”, criterios permanentes que fundamentan una realidad y determinan su modo de ser, estos son: veracidad, responsabilidad, objetividad y legalidad.

2.1.3.2 El Medio Periodístico

2.1.3.2.1 Elementos de la comunicación periodística

Estremadoyro Alegre Julio (2004, pág.2), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo” considera cuatro elementos dentro de la comunicación periodística, dentro de la cual se de alguna manera diferencia a la comunicación cotidiana aquella que se dan en los medios donde el hecho a comunicar tiene que ser de interés colectivo.

Esto se puede captar mejor en el siguiente gráfico:



Para que se inicie el proceso de la comunicación periodística se requiere obligatoriamente que se produzca un suceso novedoso e interesante para el mayor número de personas, que tenga cobertura reportil y que sea difundido por un medio para que llegue a conocimiento del público, objetivo final y justificatorio de toda esta dinámica. Hay que precisar que para que un hecho, suceso o acontecimiento de origen a este proceso, requiere la cobertura periodística correspondiente; si no la tiene jamás será de conocimiento público. Es decir no será noticia.

2.1.3.2.2 Producción de Noticias

Urrea Cuéllar Javier Francisco (2001. pág.2), en su tesis “Producción de Noticias en Medios Escritos y Televisivos de el Salvador” considera que la objetividad no existe en el campo periodístico, pues el periodista desde el

momento en que realiza la recolección de la información este refleja la subjetividad, si a ello le agregamos que los medios establecen un grado de importancia a las notas periodísticas.

- **La problemática: ¿quién y cómo se decide qué será noticia?**

Los medios de comunicación masivos se encargan de suministrarnos información; a través de ellos nos enteramos sobre lo que está sucediendo, nos comunicamos con otros actores y observamos la realidad que día a día se nos presenta.

Los estudios sobre la construcción de la noticia han dejado de enfocar sus explicaciones sobre el contenido y los efectos del mensaje periodístico en la audiencia (el qué, a quién y con qué efecto) para pasar a las investigaciones que tienen como objeto de estudio la labor de los emisores y los procesos de producción (quién y cómo).

Las investigaciones realizadas sobre la construcción de la noticia ofrecen explicaciones dirigidas en dos líneas: la sociología de las profesiones, es decir, el estudio de la cultura profesional, la ética, los valores y las creencias del periodista y los procesos de producción de la noticia, los cuales explican las rutinas periodísticas en el momento de construir la noticia.

La construcción de la noticia articula varias fases, las cuales pueden ser resumidas en dos etapas, la primera de ella es la de filtración en esta etapa se escoge y selecciona la información, mientras que en la segunda etapa se verifica, amplía e interpreta dicha información, en esta fase se abarca el proceso productivo completo.

En forma más específica las fases son: Recolección y selección (valoración del acontecimiento se analizan la conexión de los hechos con las fuentes), redacción y edición (ampliación verificación e interpretación de los hechos), realización (forma en que los valores que marcan los hechos son procesados como noticia), presentación (materialización de la noticia).

La selección de la información es realizada por una serie de actores que dejan circular con fluidez alguna información y evitan que se filtre información indeseada. En cada una de las etapas los filtradores deciden sobre lo que debe ser y no deber ser noticia. Son precisamente los reporteros, fotógrafos, camarógrafos, redactores, editores, diseñadores, productores, jefes o gerentes de información y directores de los medios, quienes actúan como nudos o barreras en el proceso de circulación del mensaje informativo.

- **El acontecimiento: una variación en el sistema**

El acontecimiento es una ruptura en el ámbito público o privado, que señala una diferencia sobre algo que es uniforme, se define por efectos de tiempo y espacio, y tiene sentido cuando se relaciona con los sujetos sociales. Toda noticia antes de llegar a serlo comienza por ser un acontecimiento, dicho de otro modo, el proceso de producción de la noticia se inicia a partir de un suceso o un hecho. En los medios de comunicación, el acontecimiento periodístico reúne tres elementos esenciales: la variación en el sistema, la comunicabilidad del suceso y la implicación de los sujetos.

La variación del sistema supone la ruptura de la norma, añadido a eso las cualidades del tiempo, y a la imprevisión en el acontecimiento provocan variaciones dentro del sistema. La rapidez del acontecimiento significa variación que se da en el tiempo, el hecho aparece y varía rápidamente; cuando el acontecimiento no varía con el paso del tiempo, simplemente caduca y se convierte en algo ordinario. La variación también se puede dar por la imprevisión del hecho, los acontecimientos que no se esperan o no se logran prever marcan una diferencia, causando la ruptura del sistema.

La comunicabilidad, el acontecimiento a través de los medios de comunicación. Lo que no es comunicable, no es noticia y por lo tanto deja de ser acontecimiento ya sea para el medio de comunicación como para el público.

La implicación que tiene el acontecimiento sobre el público se da con relación a un sujeto específico. El individuo de manera personal y subjetiva le

otorga mayor implicación a determinadas noticias, esta implicación puede ser directa o indirecta. Podemos establecer que algunos individuos perciben unos temas como más importantes que otros, no obstante las noticias denotan diferentes niveles de implicación:

- ✓ **Implicación directa y personal.** Se refiere a aquellas noticias que afectan directamente la vida cotidiana del individuo.
- ✓ **Implicación directa y no personal.** Afectan directamente las emociones o ideologías del individuo, mas no tienen relevancia importante en su vida cotidiana.
- ✓ **Implicación indirecta.** No afecta directamente la vida del individuo, sin embargo, percibe la noticia como algo que sucedió en otro lugar, tiempo y a otras personas.
- ✓ **Sin implicación.** El individuo se siente indiferente a la información recibida.

○ **La noticia: criterios de selección.**

La selección de la información se hace a través de los valores que hacen al hecho noticiable. Los criterios de filtración sirven para estructurar y construir la noticia, dicho de otro modo, son ellos quienes deciden qué es noticia y qué no lo es. Existen una serie de criterios habituales que permiten identificar qué hechos se pueden convertir en noticia, ya sea por la característica del acontecimiento o por el efecto que éste pueda tener sobre la audiencia y sobre otros medios.

Según los efectos que un acontecimiento puede tener sobre la sociedad, los criterios más importantes son:

- ✓ **La novedad:** Indica variación en el sistema, existencia de un nuevo acontecimiento que marca un cambio con respecto a la noticia anterior.
- ✓ **La originalidad:** Imprevisibilidad e ineditismo: Refuerzan la novedad de los hechos, provocan curiosidad, inquietud. Un acontecimiento original

es noticia porque es más novedoso, un hecho imprevisible genera conmoción, inseguridad, amenaza.

- ✓ **La evolución futura de los acontecimientos:** Indica el significado que el hecho adquiere respecto a las expectativas de la sociedad, ya sea porque se trate de un acontecimiento que debe resolverse o tenga un desarrollo secuencial (una noticia es más noticia si se puede construir información a partir de ella durante varios días).
- ✓ **El grado de importancia y de gravedad de un acontecimiento:** Se mide en la incidencia que pueda tener sobre la vida de la sociedad en el presente, en el futuro o en términos de conmoción. El impacto del acontecimiento sobre el interés nacional o local. Las noticias nacionales pesan más en principio, a menos que las internacionales se refieran a hechos que comprometen la nación (guerras, catástrofes, amenazas globales, etc.). Las locales son más importantes cuándo afectan gran número de personas y tienen consecuencias sobre el futuro de la comunidad.
- ✓ **La proximidad geográfica de un hecho:** Se conecta con el interés del público. En cuanto más cerca del público ocurre el acontecimiento, más noticiable es. La proximidad y cercanía se enlaza generalmente con hechos graves o peligrosos.
- ✓ **La magnitud de personas o lugares implicados:** Se relaciona con el público a quien va dirigida la noticia, implica gravedad en términos cualitativos y de efectos sobre la sociedad. Un hecho es noticia si afecta a muchas personas o ámbitos geográficos.

La jerarquía de los personajes implicados en un acontecimiento:

- ✓ **Recurriendo a las apariciones de figuras públicas o personajes reconocidos.**
Muchas veces son el comentario en la información. Pero también adquieren valor, aquellos personajes del común que despiertan el interés o simpatía del público.

✓ **La inclusión de desplazamientos:**

Resulta significativa para que un hecho sea noticia, se trata del cambio de posición y trayectorias de conjuntos de personas (manifestaciones, procesiones) o individuos públicos reconocidos (viajes del presidente, artistas, famosos).

Según las cualidades del acontecimiento, los criterios más importantes para que un hecho sea noticia, son:

- ✓ **La comprensión e inteligibilidad:** De un hecho impiden la confusión. Cuando un acontecimiento no es comprensible se suele descartar o esperar a obtener mayor información a través de las fuentes.
- ✓ **La credibilidad:** Construye un dato confiable, mientras que un hecho de escasa credibilidad obliga a realizar complejas operaciones de explicación y legitimación. La credibilidad de una noticia está más ligada a la fuente que la emite que a la verosimilitud del acontecimiento, por lo que un hecho poco verosímil puede legitimarse si la fuente cuenta con el reconocimiento público.
- ✓ **La brevedad:** Se relaciona con las características anteriores, y consiste en la posibilidad de construir una noticia en pocas líneas o al menos de manera directa.
- ✓ **La periodicidad:** Facilita la labor periodística, los hechos que son habituales o tienen apariciones periódicas en los medios son más fáciles de construir e interpretar por el público. Posibilitan una mayor comprensión y permiten recurrir a interpretaciones de especialistas o figuras públicas.
- ✓ **La exclusividad o primicia:** Captura la novedad antes de que otros lo hagan implicando la capacidad para contactar fuentes legítimas. Un acontecimiento también obtiene reconocimiento cuando es comunicado como primicia exclusiva de otro medio.

- ✓ **El sensacionalismo:** Es un criterio utilizado por bastantes medios, implica que un acontecimiento es noticia en cuanto representa una desviación o ruptura habitual de las cosas, lo que hace que lo más negativo o terrible sea lo más noticiable. Las malas noticias son las buenas noticias, porque permiten la construcción de noticias en términos de color o sensacionalismo.

2.1.4 Desarrollo del Periodismo Televisivo

2.1.4.1 El Periodismo

Llanos Horna Segundo (1993,pág.16) en su libro “Periodismo Informativo” señala que el periodismo es el conjunto de actividades profesionales y técnicas dedicadas a la difusión de noticias y publicaciones sobre la actualidad y la totalidad de la vida pública, por medio de la prensa.

2.1.4.2 El Periodismo Televisivo en el Mundo

Estremadoyro Alegre Julio (2004, pág.49), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo” menciona algunos momentos de la televisión en la que algunos inventores produjeron descubrimientos y debido a ello se logró transmitir programas de televisión por internet hasta la actualidad.

Los principios básicos de la televisión ya eran conocidos en el siglo XIX, pero la realización práctica ocurrió cuando se pudo disponer del tubo electrónico, descubierto en los años veinte. Algunos inventores y hechos que hicieron posible la televisión y su sorprendente desarrollo, podríamos hacer esta enumeración cronológica:

- En 1923, los norteamericanos Vladimir K. Zworin y Edwin Armstrong inventan el iconoscope o tubo de cámara de televisión y el circuito superheterodyne, respectivamente.
- En 1926, el británico Jhon Logie Baird realiza la primera emisión experimental regular de televisión en el Reino Unido, empleando el disco de Nipkov.

- En 1927, la televisión es transmitida por primera vez por cable de Nueva York a Washington. El norteamericano Philo Farnsworth solicita la patente de la televisión electrónica. Bell Telephone demuestra la TV sin clave entre Nueva Jersey y Nueva York. El gobierno federal estadounidense expide la licencia para primera estación experimental de TV.
- En 1935, se inaugura en Berlín el primer servicio de imágenes de televisión que serviría para transmitir los Juegos Olímpicos del año siguiente.
- En 1939, la televisión es presentada en la Feria Mundial de Nueva York por David Sarnoff, presidente de la RCA. Cinco fabricantes ofrecen los primeros aparatos de televisión.
- En 1941, la Columbia Broadcasting System emite en Nueva York, para los pocos televisores entonces existentes, lo que podría considerarse el primer noticiero en la información relacionada con el ataque japonés a Pearl Harbor.
- En 1951, la asunción del presidente Truman inaugura las transmisiones televisivas de estos actos. Se estrena la publicidad comercial en la TV. También se incrementan las ventas de aparatos de televisión en más de 500 por ciento desde 1947. Se habilita una cadena de TV con 114 estaciones en 71 ciudades. Además se televisan por primera vez las conversaciones políticas en los Estados Unidos.
- En 1954, se ensamblan las primeras cámaras de la RCA, luego se demuestra exitosamente la compatibilidad de la señal NTSC. Se presenta la grabadora de videotapes de AMPEX, también comienzan la transmisiones televisivas a color.
- RCA Víctor vende primeras cintas pregrabadas en carrete abierto.
- En 1959, se usa el tape magnético para grabaciones de TV a color.
- En 1962, se televisa por primera vez un debate presidencial en Estados Unidos (Nixon – Kennedy), se introduce la primera pantalla regular de TV. Se venden los primeros televisores a transistores

operados con baterías y lanzamiento de Telstar inicia la transmisión televisiva en la era de los satélites.

- En 1963, se transmiten por TV los eventos relacionados en el asesinato del presidente Kennedy.
- En 1964, se funda INTELSAT, la organización internacional de telecomunicaciones por satélite, con 11 países afiliados. En 1973 cambia de nombre a ITSO (International Telecommunications Satellite Organization) al contar con 80 países.
- Hoy tiene más de 160 miembros y da servicio a más de 600 estaciones terrestres en 149 países. Se lanza el satélite de comunicaciones Telstar II con el que se inician formalmente este tipo de transmisiones.
- En 1969, la cobertura televisiva de la Guerra de Vietnam causa profunda impresión en los televidentes. Se demuestran las cámaras portátiles de TV y se transmite en directo la llegada del hombre a la Luna.
- En 1974, se introducen las proyecciones gigantes de TV. Además se introduce el primer videocasete VHS.
- En 1981, se introduce el ENG (Electronic News Gathering), luego también se introduce el miniVHS.
- En 1983, se utilizan los Satélite News Gathering (SNG) para aumentar la capacidad informativa de los canales. Se divulga el primer televisor a color con señal digitalizada.
- En 1986, se venden los primeros televisores a colores de 35 pulgadas y se introducen caseteras y camcorders de más alta resolución (S-VHS y ED-Beta).
- En 1993, se comercializan los televisores de pantalla grande (16-9) y se lanzan los “platos” para el sistema de transmisión satelital directa de televisión.
- En 1995, se empieza a trabajar en los estándares de DVD (disco versátil digital).
- En 1996, se ofrece el primer programa de TV vía internet y se adopta en Estados Unidos el estándar ATSC para la televisión digital.

- En 1997, los broadcasters de televisión norteamericanos son beneficiados con un espectro adicional, para permitir una nueva era de TV digital y de alta definición.

2.1.4.3 El Periodismo Televisivo en el Perú

Por su parte Estremadoyro Alegre Julio (2004, pág.52), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo” hace referencia de algunos acontecimientos de la televisión en el Perú y pone énfasis en el desarrollo que tuvieron los canales.

En el Perú la televisión inició sus transmisiones el 17 de enero de 1958, a través del canal 7 y del Ministerio de Educación. Poco después empezó a operar la televisión privada con los canales 4 (1958) y 5 (1959). Y en 1983 aparecieron Frecuencia Latina (canal 2) y Andina de Radiodifusión (canal 9).

Actualmente se cuenta con siete canales de señal abierta y con señal de cable. Seis canales tienen cobertura nacional (Panamericana, Frecuencia Latina, RTP, Andina, América, Global) · Un estudio revela que el 99 por ciento de los hogares tienen acceso a la televisión de señal abierta.

Este año, Global Televisión se ha convertido en una señal enteramente periodística. Otro estudio revela que los programas sintonizados son: noticieros (14.3 por ciento), telenovelas (12.25 por ciento), deportivos (11.8 por ciento), películas (10.15 por ciento), cómicos (8,7 por ciento), infantiles (8,6 por ciento), periodísticos (8,4 por ciento).

En cuanto a la televisión por cable aparece formalmente en 1989, gracias a Tele Cable. En 1993 hace su aparición Cable Mágico de la Telefónica, que domina ampliamente el mercado.

Una investigación revela que el 28,9 por ciento de hogares peruanos ve televisión por cable.

En el cable sale canal N, inaugurado el 4 de julio de 1999, difunde noticias las 24 horas del día. El canal 6 difunde en tres horarios los informativos de Radioprogramas periodísticos propios.

- **Características del Periodismo Televisivo en el Perú**

Así Gutiérrez Mario (2003, pág.54), en su libro “Géneros Informativos en Televisión” determina que las características más saltantes del Periodismo Televisivo en el Perú es que es dinámico y se basa en la espectacularidad de la noticia un ejemplo de ello fue noticiero 24 Horas.

El periodismo televisivo pertenece al macrogenero de la información en la medida en que su esencia es la actualidad, la novedad y el espectáculo, y que lo diferencia de lo cultural, que es básicamente descubrimiento, y del debate, que se define por el show. Lo periodístico articula ese raro espíritu por la investigación que contiene su oficio, con una vocación por la verdad, que le exige la objetividad de su profesión.

Características que al transformar la realidad en noticia consagran al periodismo como una importante institución mediadora entre el mundo real y su representación, un proceso de mediación que lleva como fin reinterpretar y reelaborar la realidad para que pueda ser reflexionada y utilizada por el televidente.

El periodismo televisivo es un proceso dinámico y complejo, donde el televidente se debe instituir no solo como simple destinatario, sino como el punto fundamental de referencia y encuentro para el diseño y elaboración de cada uno de los programas y géneros.

Si consideramos que el periodismo es un creador de opinión e imaginarios, podemos reconocer que estas mismas representaciones influyen en la configuración de la propia noticia, retornando y devolviendo para su fabricación,

todos los elementos simbólicos contenidos en esa amalgama de mediciones, relaciones y poderes.

Cuando la noticia como imaginario genera actitudes, posturas y opiniones en los televidentes, realiza un verdadero proceso periodístico para los profesionales del medio una noticia tiene como misión convertir los hechos de actualidad en una combinación de impacto, interés y estilo, haciendo del acontecimiento un producto noticiable.

2.1.5 Géneros Televisivos

El especialista Mario Gutiérrez (2003, pág.60), establece en su libro “Géneros Informativos de la Televisión” que existen tres formas de organizar los géneros televisivos una es el criterio de los objetivos que se plantean en sus contenidos (informativo, formativo, entretenimiento, espectáculo). Otra es definir la intención de llegar a un público específico (juvenil, infantil, familiar). La tercera es la que se basa en modo particular de organizar su narrativa (periodístico, cultural y de debate).

El género es el indicador referencial dentro de cada relato, permitiendo a los productores codificar su discurso y a los televidentes decodificarlas. Como código tiene sus reglas estructuradas por una práctica, pero como tradición narrativa heredada del teatro, la literatura, el cine y el propio periodismo, debemos asumir que estos evolucionan constantemente hacia nuevas formas de expresión.

La riqueza contenida en los géneros es tan diversa como la propia vida de cualquier ser y como ella se articula en tiempos y espacios, recorriendo los caminos de la narración desde un inicio hacia un final.

Según los criterios de ese orden de representación de la vida y de sus objetivos, en cuanto a relatos para un público, proponemos considerar tres subgéneros básicos que se agrupan en este gran género de lo informativo:

- **El periodístico.** Definido bajo las claves de la actualidad y la novedad.
- **El cultural.** Determinado por el conocimiento y la didáctica.

- **El debate.** Fusionando los criterios anteriores, la participación, el dialogo y el espectáculo.

Dos ejes determinarían el sentido de estos tres géneros, definiéndolos en relación con sus públicos: su forma temporal y su contenido conceptual. Según las exigencias de la primera, la misión de estos sería la de elaborar una información adherida al presente a partir de su actualidad. Mediante el segundo el segundo, la información asumiría como base la novedad, como información desconocida por el televidente.

Los tres géneros definidos son sumidos como modelos históricos de representar la realidad, cada uno de ellos con diversos formatos. Estos se plasman tanto a partir de la experiencia y oficio de los profesionales, por lo tanto no debe entenderse que estos modelos son formulas, pues solo son referencias reconocidas y válidas.

Lo importante es reconocer que tanto los géneros como los formatos nos brindan las claves que debe tener todo relato televisivo, uno como referente macro (el género) y el otro como particularidad micro (el formato). Si el género es un proceso marcado por la relación cultural entre las estrategias de la televisión y los modos de ver el televidente, el formato se definiría como esa cualidad en la que los géneros se presentan en la televisión. Por ejemplo, el género periodístico puede ser radial o de prensa; el reportaje es televisivo.

El formato es, pues, el molde, el armazón, el esqueleto donde se plasma el género, que al impregnarse de las características de la televisión, construye una arquitectura hecha de imaginario, técnicas y experiencias, ordenando la realización de un relato, eso es el formato. Si consideramos que el debate es el género, el panel, el talk show y el reality show son los formatos con que este se plasma en televisión; el testimonio y el coloquio son las técnicas usadas por ellos.

2.1.5.1 Clases de Géneros Televisivos

2.1.5.1.1 Género Informativo

La actualidad y la novedad serán los ejes fundamentales para definir los programas periodísticos como proceso de elaboración de noticias y exposición de opiniones, a partir de investigar y reflexionar sistemáticamente de la realidad, personajes y acontecimientos, considerando su interés, atractivo y potencial para transmitir un conocimiento con credibilidad y sofisticación.

2.1.5.1.2 Género Diálogo o Debate

El género del debate tiene en la expresión hablada y en el dialogo sus recursos básicos, los cuales han forjado en la actualidad los más nuevos y controvertidos formatos televisivos transformando sus programas más típicos en verdaderos espectáculos de la palabra, es decir en auténticos "shows de debate", donde los especialistas y expositores tildados de aburridos y elitistas en el pasado, han sido reemplazados por testigos, víctimas y mártires de la más diversa especie, que son convocados por un conductor para contar y ventilar sus problemas más íntimos y sus realidades más crudas frente a cámaras. Se trata de una nueva versión de programas de debate que vienen exhibiendo en la pantalla las más sorprendentes historias y experiencias, generando, a su vez, polémicas y violentas reacciones en la sociedad.

2.1.5.1.3 Género Cultural

Lo cultural como género televisivo puede definirse como una narrativa informativa que difunde una diversidad de temas científicos, artísticos y formativos, promoviendo una actualización, reflexión y curiosidad en los televidentes.

El género cultural se basa en lo novedoso de sus contenidos y en el valor de su intercambio simbólico para la sociabilidad de los individuos.

Los programas culturales pueden, así, abordar todos los temas contenidos en la experiencia humana, desde sus aspectos más técnicos e instrumentales hasta sus revelaciones e identidades más espirituales.

2.1.6 Formatos Televisivos

Estremadoyro Alegre Julio (2004, pág.9), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo”, considera los siguientes formatos y la diferencia teniendo en cuenta la forma en que se desarrolla cada una de ella y algunas hacen uso de una mixtura de los géneros televisivos.

2.1.6.1 Noticiero

Es la culminación de la dinámica informativa en la televisión. Hay una característica única y singular que permite entender mejor al noticiero: es un espacio más de una programación televisiva cuyo contenido es la información de los sucesos ocurridos en el Perú y en el Mundo.

El noticiero juega con la actualidad inmediata, cubierta con la mayor rapidez, presentada lo más factible y concisa posible y siempre sujeta a la imperativa obligatoria de dar cuenta de los sucesos en acatamiento del sentido de la noticia, un programa periodístico juega con distintos matices de actualidad, tiene tiempo para desarrollar sus temas con extensión y profundidad.

- **Características generales**

- a) Criterio periodístico:**

- ✓ **Por el origen geográfico de las noticias.** Con este criterio las informaciones se agrupan en secciones fijas o “cajones”, como locales, nacionales e internacionales, principalmente. Y las noticias se dan en ese orden, sin tener en cuenta la posible vinculación informativa que pudieran tener las notas de los “cajones”.
 - ✓ Por el valor periodístico independiente de cada nota, sin importar su origen geográfico. Según este criterio, no hay ningún inconveniente de dar las noticias de cualquier lugar del mundo en cualquier momento del noticiero, sin más consideración que su interés informativo y el interés general de todo el noticiero.

b) Enfoque informativo

- ✓ Serio, con énfasis en lo trascendental o importante.
- ✓ Flexible, basado fundamentalmente en el interés general de las notas.
- ✓ Truculento y sensacionalista, con preferencia por las notas policiales y de espectáculos.

c) Duración del noticiero televisivo

Los noticieros suelen tener una duración aproximada entre 30 a 60 minutos, dividida en cuatro bloques (no es regla universal), donde se suele diferenciar entre acontecimientos nacionales, internacionales, locales y deportivos. De acuerdo al programa se puede incluir segmentos económicos, de opinión, culturales, etc.

La noticia de mayor trascendencia es la que se muestra primero y la que requiere mayor desarrollo, adquiriendo así un carácter de reportaje, pero "(...) generalmente son presentadas en forma breve, concisa y van directamente al asunto".

2.1.6.2 El reportaje

El reportaje televisivo es una manifestación informativa que juega con una actualidad determinada latente y no con la actualidad inmediata, propia de la información noticiosa. Su objeto o finalidades dar cuenta de acontecimientos, hechos o sucesos desde una perspectiva que trasciende lo inmediato y que busca profundizar, interpretar, analizar y explicar esos acontecimientos. Por otra parte, mediante una investigación prolija intenta hacer revelaciones o denuncias que muchas veces tienen un impacto en la opinión pública. También es materia de un reportaje de divulgación de un mayor conocimiento sobre persona o lugares.

El reportaje puede clasificarse atendiendo la materia y modos de información. Así se tiene el reportaje de actualidad determinada (profundización

noticiosa), el reportaje de actualidad latente (interés humano, de aventuras o viajes, turísticos), el reportaje de investigación (denuncias y revelaciones), el reportaje de compilación, archivo o documentación (semblanzas, divulgación cultural) y el reportaje testimonial (entrevistas, perfiles biográficos).

- **El reportaje habitual.** Relato periodístico que elabora el reportero sobre los sucesos del día, cuya actualidad lo limitan básicamente a describirlos.
- **El reportaje especial.** Es un reportaje fundamentalmente de investigación y de tratamiento personalizado, aprovechando su mayor tiempo de producción, que es normalmente de una semana y las posibilidades de plasmar un tratamiento audiovisual sofisticado.

2.1.6.3 El Panel

Tiene como propósito fundamental el tratamiento de temas por conocedores o personas involucradas en ellos. Son espacios de realización muy seria y esclarecedora, además de muy temáticos.

Cuenta siempre con un conductor moderador que debe tener mucho prestigio intelectual periodístico y ser respetado durante el programa.

- **Panel de debates.**

Son los programas tradicionales que basados en un tema específico, convocan a especialistas y casos para exponer y debatir en forma amena sobre sus implicancias y consecuencias sus implicancias y consecuencias.

Los paneles de debates tienen la capacidad de confrontar la información general con la opinión particular, usando la dinámica de la población, variedad de puntos de vista y de la oposición entre interlocutores, como recursos que le permiten transformarse en un formato práctico, versátil y dinámico, que no ofrece grandes problemas de producción ni tampoco de decodificación por parte del televidente.

2.1.6.4 Los Debates

Se realizan de manera excepcional, cuando el desarrollo de acontecimientos y situaciones lo justifica.

En estos espacios se requiere lo siguiente:

- El acuerdo de las partes para el establecimiento de las reglas de juego muy precisas y detalladas, para que el debate se desarrolle con igualdad de condiciones y exigencia para los participantes.
- Igualdad de detalles de producción televisiva para los polemistas (mismos elementos escenográficos, similar ubicación ante las cámaras, mismos planos, igual iluminación, etcétera).
- La designación de un moderador, aceptado por las partes, que sea imparcial y ponderado en la aplicación de las reglas establecidas.

2.1.6.4.1 Clases de debates televisivos

- Los directos, en los que los polemistas argumentan entre ellos, sin más que la intervención del moderador.
- Los indirectos, en los que los participantes se confrontan respondiendo a las preguntas de panelistas (periodistas, especialistas, y hasta el propio público).
- Los mixtos, que son directos e indirectos en distintos momentos del debate.

2.1.7 El Tratamiento de la Información

2.1.7.1 Noticias positivas y noticias negativas

Estremadoyro Alegre Julio (2004, pág.37), en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo”, menciona que en el medio periodístico no existen noticias positivas y menos negativas sino que considera a la noticia importante o trascendente, pues en algunos casos no coincide con la realidad pues los medios de comunicación manejan interés y son los económicos lo que reflejan un periodismo en el que el ciudadano no es considerado.

Hay que advertir de una indebida y hasta peligrosa tendencia a confundir el hecho o suceso con la noticia y su correspondiente información que da cuenta de lo acontecido.

Es muy común referirse a noticias buenas, malas, positivas, negativas; se confunde el suceso y el hecho con el resultado de la cobertura periodística de él.

Es decir, con la noticia y su correspondencia información que dan cuenta de lo acontecido. Los hechos pueden ser negativos, positivos o neutros; o, también, según otra apreciación, buenos o malos. Pero en el periodismo los hechos son interesantes o no, y la información sobre ellos puede ser correcta (objetiva, veraz, imparcial, honesta y responsable) o no. En consecuencia, no hay noticias positivas, negativas, buenas o malas; solo hay noticias que interesan y cuya información es correcta.

Esta confusión explica desde el origen de la historia por qué los mensajeros portadores de noticias de noticias sobre sucesos desafortunados, negativos y malos eran ejecutados. A los infelices mensajeros se les atribuía conexión con el suceso indeseable.

No es difícil entender, entonces, por qué los gobiernos asediados por sus desaciertos u ocurrencias negativas suelen denunciar a los periodistas y medios de comunicación como los causantes de la crisis o inestabilidades políticas que los hechos originan.” Dan solo noticias negativas”, claman los voceros gubernamentales.

También es fácil entender por qué los regímenes dictatoriales de izquierda o derecha no se permiten la libre información. En esos regímenes son inconcebibles medios y periodistas que aborden los hechos y sucesos que no agradan a los gobernantes.

Queda pues claramente establecido que los periodistas y medios no originan los sucesos, sino que apenas dan cuenta de ellos. Pero, a este respecto, conviene precisar bien que la información que se brinda, como se ha indicado, tiene que ser correcta. Es decir:

- **Objetiva:** No se debe opinar cuando se dan los detalles de los hechos.
- **Veraz:** todo lo que se informe debe ser la verdad estricta y confirmada.

- **Imparcial:** Se debe dar a todas las partes involucradas oportunidad de expresar sus razones o a refiere a todos los ángulos informativos.
- **Honesta:** No se debe magnificar o insistir solo en los aspectos negativos de un suceso, con una clara y perversa intencionalidad.

Pero la noticia, que es el resultado de la cobertura periodística de un suceso que tiene interés general porque atrae el mayor número de personas, debe ser, en consecuencia, interesante. Si no lo es, si el suceso abordado no despierta ningún atractivo o inquietud, no tendrá lectores, radioescuchas o televidentes, según sea el medio.

Las noticias no tienen un valor periodístico absoluto. Dependen de varias condiciones. Estas pueden ser:

- **Por la nomenclatura noticiosa del medio:** Es distinto el concepto informativo de El Comercio que el de un diario “chica”.
- **Por la oportunidad:** Cuando hay tensión en la opinión pública por determinados sucesos, uno nuevo interesará mucho.
- **Por el panorama del día:** A veces hay sucesos de gran impacto que minimizan otras ocurrencias normalmente interesantes.

2.1.7.1.1 Tipo de Noticias

- **Noticia policial:** Una de las noticias que ocupa un lugar privilegiado en muchos noticieros es la referente a accidentes, crímenes, asaltos y delitos en general debido al interés que este tipo de información despierta en la ciudadanía, sobre todo cuando estos acontecimientos ocurren cerca de ella. Dentro del ámbito periodístico este tipo de informaciones han sido catalogadas como noticias policiales, las que agrupan una serie de aspectos y acciones que se alejan de la legalidad y que abordaremos más adelante.

En el caso de la televisión, sus noticieros han sabido sacar partido al interés de la población por conocer aspectos negativos de individuos que actúan

ilegalmente durante el cotidiano y que de alguna manera perjudican a otro grupo de personas.

La televisión emplea todo su potencial para cautivar a sus televidentes a través de la difusión de escenas violentas que este tipo de noticias generalmente posee, en especial en la actualidad, cuando se ha desatado una lucha reñida entre las estaciones por liderar la sintonía. “La patología social siempre será tema de la información periodística, a pesar de las críticas que se le hacen (en muchos casos, de manera justificada). Y es que el crimen, como la política y la economía son fenómenos que interesan a la sociedad. Lo que es más la afecta y conmueve profundamente porque en ella está de por medio su seguridad y existencia misma. Y es pronosticable que este interés por la información sobre delitos irá en aumento en tanto que se incremente la criminalidad, como está sucediendo”. (Del Río Reynaga, 1997.Pp.121)

La constante presencia de las noticias policiales en los distintos informativos de los medios de comunicación, se debe a que dichas informaciones tratan los aspectos más oscuros del ser humano y sobre todo la criminalidad por ser éste un tema constantemente presente en la naturaleza del hombre y un factor generador de consecuencias sociales. “La criminalidad es tan antigua, como antigua es la sociedad humana. La fragilidad de la conducta del hombre se ha manifestado interrumpidamente en todos los tiempos y en todos los tipos y formas de organización social, arcaica o contemporánea, simple o complicada. Siempre existieron individuos que traspasaron los límites de la permitida conducta. Por lo tanto es necesario reconocer que la criminalidad es una condición negativa inherente a todo conglomerado social y que no puede extirparse mediante leyes y decretos, castigos y sanciones”. (Drapkin, 1958.Pp.62, 63).

El interés periodístico que despierta un delito para ser cubierto, tratado y reportado como noticia, se debe a que es un acontecimiento de actualidad e importante para un gran número de personas. Por lo tanto el hecho que genere gran expectación en muchos individuos hace posible que la noticia policial posea

una amplia gama de definiciones e interpretaciones. Para Raúl Rivadeneira Prada, noticia policial “es información acerca del comportamiento criminoso de los individuos que viven en sociedad. Conducta ilícita que se jerarquiza según la tipicidad que señala el código penal, desde las infracciones policiales hasta los delitos que merecen penas más graves (muerte o cadena perpetua, según las legislaciones). (...) El rasgo sobresaliente de la nota policial es su vinculación con la medida en que un hecho afecta negativamente a la sociedad en sus costumbres, moralidad, estabilidad jurídica y a veces política”. (Rivadeneira, 1990.Pp.251, 252).

La noticia policial se construye en base a delitos, temas y conductas criminales en las cuales existen elementos informativos como el conflicto, dinero, sexo y suspenso 112 que le entregan un gran porcentaje de morbo e interés, especialmente a quienes pueden presenciar en los noticieros de televisión, cómo se desarrollan y resuelven estos sucesos

○ **Noticia local:** El periodismo local ha ocupado un lugar singular en la historia, las singularidades de los espacios locales han contribuido a dotarle de una personalidad que actualmente, es un escenario comunicativo marcado por la doble y simultánea tendencia a lo local y a lo mundial, presenta nuevos rasgos.

El periodismo local hoy, a partir de los resultados cosechados en estos años, muestra rasgos singulares en los distintos escenarios y, en general, está definido entre otros, por los siguientes aspectos:

- La proximidad a los usuarios y la actuación a lo que necesitan y demandan.
- El entorno digital, para producir, difundir, participar.
- Mayor cercanía de los medios de comunicación en lo que se difunden estos mensajes periodísticos a los movimientos de base y los actores locales. Este hecho no impide, sin embargo, que muchos de estos medios entiendan lo local preferentemente como un lugar de negocio.
- La inestabilidad de muchas iniciativas por los limitados recursos con que intervienen en el mercado.
- La difusión local y mundial gracias a la red Internet.

- El devenir mercantil de los medios, que preside de los modelos dominantes, y la constante aparición de alternativas en todos los soportes desde la proximidad.
- Las dificultades que muchas veces encuentran los medios locales para resistir las presiones de los poderes locales, cuanto más próximos, menos filtros y presión más directa y establecer caminos que les permitan actuar con cierto distanciamiento de los actores con más poder.
- Las numerosas posibilidades a la hora de realizar proyectos transparentes y apoyados en los ciudadanos, que no siempre aprovechan bien por falta de fórmulas adecuadas o por falta de capacitación.

Desde mi punto de vista, el enfoque sobre el periodismo local en los cybermedios y lo local en los cybermedios tiene que partir de una premisa básica: la proximidad da a la noticia un interés particular porque ha sucedido en el mismo espacio físico en que se mueve la propia instancia de recepción al menos, la mayoría de los usuarios de esa información (Charaudeau, 2003:173). La proximidad geográfica está considerada en la perspectiva periodística y en las convenciones profesionales como uno de los principales factores de la importancia de una noticia.

Las investigaciones sobre los consumos informativos muestran que la gente está interesada por conocer lo que ocurre en entorno cercano y por cercanía debe entenderse, como he dicho, no sólo la geográfica, sino la social e incluso la psicológica. Y, de hecho, la proximidad es uno de los factores más poderosos a la hora de elegir una noticia (Fontcuberta, 1993:45). Es decir, la proximidad figura entre los valores noticia que se aplican para convertir un acontecimiento en noticia.

- **Noticia internacional:** La nueva conciencia global ha hecho que ahora el concepto sea distinto. La globalización, los flujos migratorios, la economía internacional, y los avances de la comunicación y las nuevas tecnologías favorecen una postura más abierta ante lo que pasa fuera de las fronteras estatales.

Como anécdota, podemos observar que los telediarios abren con una imagen de la bola del mundo. Se ha creado una necesidad psicológica que hace que queramos estar informados de lo que pasa en el resto del planeta; Calvo Hernando lo define como “ansiedad informativa”.

La noticia internacional se define como la cobertura de informaciones sobre acontecimientos que se desarrollan fuera de nuestras fronteras o en el ámbito de las Relaciones Internacionales.

Los ejes que generan este tipo de información son la economía y la política:

- La política de defensa de los países
- La política económica y comercial
- La política exterior (acuerdos entre Estados)

Características del periodismo internacional

- ✓ **Dependencia tecnológica piramidal:** La tecnología no es el único factor que determina la estructura piramidal en los medios, pero sí es de los más importantes. No sólo afecta al periodismo internacional, sino a todas las áreas de la profesión, pero el periodismo internacional es, de por sí, más caro y dificultoso: requiere accesos especiales a los gobiernos, redes de corresponsales por todo el mundo, gran cantidad de personal, y se exige llegar a donde los demás no llegan.
- ✓ **Establecimiento de agendas temáticas:** La lejanía de los acontecimientos en el Periodismo Internacional, bloquea la capacidad de crítica y de contraste, algo que podrá hacer, en todo caso, el corresponsal o el enviado especial de un gran medio. Esto es, la información está sujeta a lo que “entra” por el vértice de la pirámide de los medios. Sólo unos pocos, por tanto, deciden qué es noticiable; crean tendencias y, además, establecen

“categorías” cerradas que permitan clasificar, dividir y dosificar el ingente volumen de información recibida. Estas categorías son mucho más cerradas que las propias, por ejemplo, de la información nacional o local.

Por ejemplo:

Oriente medio: Conflicto palestino-israelí.

África: SIDA, pobreza, hambre, guerras, enfrentamientos tribales salvajismo.

Unión europea: Política agraria común.

A veces se produce un “efecto de contaminación” al mezclarse con estas categorías informaciones, en principio, ajenas a ellas.

- ✓ **El estatocentrismo:** Es la tendencia a situar a los Estados en el centro del escenario informativo internacional, cuando en realidad no siempre son sus verdaderos protagonistas ni, por supuesto, los únicos.

Desde hace unos años se ha producido un punto de inflexión en la tendencia informativa estatocentrista, debido a los siguientes factores:

- Descenso del interés periodístico por las relaciones diplomáticas tradicionales.
- Los Estados y sus gobiernos han visto cómo nuevos actores internacionales y supranacionales, les disputan, poco a poco, parcelas de poder.

La cesión de soberanía se da:

- En el campo económico y financiero (los fondos de cohesión de la UE)
- En el legislativo y normativo (directivas de la UE de obligado cumplimiento)
- En el ámbito judicial (Tribunal Penal Internacional)

- ✓ **Tendencia a la conflictividad:** Los medios de comunicación han asumido que informar sobre conflictos internacionales da prestigio a la cabecera (que, al fin y al cabo, es una marca).

También está demostrado el componente de atracción emotiva o afectiva de los conflictos en general, que incita al público a buscar este tipo de información.

Ambos factores conducen a un abuso muy claro de noticias bélicas en los medios, de modo que ocupan un número desproporcionado del total de noticias de periodismo internacional. También el impacto emocional de las imágenes de conflictos hace que se discriminen de la actualidad los asuntos de los que no se tienen fotografías o vídeos “con garra”. El discurso del medio puede, igualmente, realzar el ambiente de conflicto: en la radio, donde no se puede recurrir a las imágenes desgarradoras, es frecuente oír a corresponsales como Fran Sevilla (RNE) explicando «en este momento *estoy entrando* en Kabul». Subraya la internacionalidad, mueve a la identificación con el reportero, y acentúa la sensación de conflicto.

Hoy en día hay diversos tipos de violencia que ocupan los titulares, sin ser conflictos bélicos:

- Reducción de las libertades civiles (libertad de imprenta, pena de muerte).
- Terrorismo (en sus distintas variantes: nacionalista, ideológico, desestabilizador...)
- Presión psicológica, chantajes y coacciones (impuestos revolucionarios)
- Enfrentamiento civil callejero (kale borroka).
- Estrategias de amenaza (Corea y sus armas nucleares).

- Crímenes de Estado (GAL) etc.
- ✓ Este mecanismo comercial hace que creamos imágenes unidimensionales de pueblos y culturas. No es que sean imágenes falsas, pero son estereotipadas y desinformativas.

La razón para la estereotipación es que aquéllos de los que creamos el estereotipo no suelen formar parte de las grandes potencias que señalan hacia dónde tenemos que mirar: están fuera del oligopolio mediático, carecen de un sistema informativo propio, y no tienen tampoco una audiencia que reciba y comprenda el mensaje (audiencia de analfabetos o de analfabetos funcionales, que no se dan sólo en los países subdesarrollados).

Otro motivo es el desconocimiento general de muchos conflictos, fomentado por los propios medios de los países desarrollados: por miedo a enviar corresponsales a determinadas zonas conflictivas, por la concentración del interés en sólo algunos puntos del planeta, y por la imposición en algunos formatos (como los informativos de televisión) de una rueda recurrente de crónicas sobre conflictos concretos.

Lo que debe tenerse en cuenta es que cuando un hecho, aunque sea veraz, se narra desde un punto de vista unidimensional, se está desinformando.

- **Noticia política:**

Se refiere a la cobertura de información referida a las actividades relacionadas con la política (tanto nacional como internacional), el parlamento, los partidos y todos los componentes del poder formal en la sociedad. Debe intentar practicar la independencia frente a cualquier inclinación política, como la práctica periodística en general.

2.1.8 Fuentes informativas

Avogadro Marisa (2003, pág. 1), en su artículo "**Fuentes informativas y el periodismo científico**" hace referencia a una clasificación de fuentes las cuales se encuentran relacionadas en el recojo de la información periodística.

- **Las fuentes regulares:** que son a las que recurren generalmente los periodistas y las que manifiestan la vida institucional de un país; por ej.: el gobierno y sus áreas nacionales, provinciales, organismos autónomos; actividades privadas destacas; partidos; agrupaciones, entre otras.
- **Los documentales:** las constituyen un conjunto de conocimientos agrupados en alguna instancia y organizados de modo tal de ser consultados, por ej.: archivos de diarios, televisión, radio, bibliotecas públicas y personales, colecciones especializadas, boletines, material filmado, de radio, etc.

López Manuel (1995, pág. 37), en su libro "Como se fabrican las noticias" menciona una tipología de fuentes informativas las cuales se encuentran relacionadas con la credibilidad en la oferta informativa:

- **Las Fuentes Propias:** Debe entenderse las establecidas por el propio medio; la plantilla de periodistas es la base de este tipo de fuentes, pero también los pactos del editor con empresas e instituciones.
- **Las Fuentes Institucionales:** Son aquellas procedentes de lo que hemos convenido en calificar de poder financiero, político y religioso, especialmente, pero también social.

Gobiernos, ayuntamientos, bancos, iglesias e instituciones de gran relevancia no dudan en realizar cuantiosas inversiones en gabinetes de comunicación e imagen para incidir en los medios informativos.

De los gabinetes de prensa de organismos oficiales debemos considerar que cumplen con una obligación de las modernas

democracias al llegar a las redacciones las decisiones adoptadas por los gobiernos parlamentos, entes judiciales y órganos ejecutivos.

- **Las Fuentes Espontáneas:** Son las más interesantes porque proceden de aquellos sectores de la sociedad que generalmente entran en conflicto con las grandes corporaciones que constituyen el poder.
- Se trata de asociaciones y colectivos de ciudadanos afectados por la construcción de una autopista, la falta de escuelas, la contaminación de una fábrica, o la adulteración alimenticia.
- No suelen tener gabinetes de comunicación estables, ignoran muchas veces cómo acceder a los periodistas y cuando lo hacen se expresan confusamente.
- El valor de estas fuentes es que contrapesan la estrategia de los poderosos y, específicamente, sus opiniones responden a los intereses y preocupaciones de la mayoría de los ciudadanos, por esto es importante tenerlos siempre presentes.
- **Las Fuentes Confidenciales:** Están relacionadas con el poder y a través de ellas obtenemos documentos e informes de gran valor periodístico a los que no hemos podido acceder por vías convencionales.
- **Las Fuentes Anónimas:** Suelen ser personas que informan de algún hecho de interés periodístico pero que lo hacen sin darse a conocer. A lo largo de una semana se producen varias llamadas de este tipo en cada medio de comunicación, con resultados apenas apreciables, pero en ocasiones merece la pena atenderlas porque generan pistas de calidad informativa.

Giusiano, Fabián, en su tesis “Construcción discursiva de la ciudadanía en Noticieros Televisivos Nacionales de Argentina y Chile” indica una tipología de fuentes informativas relacionadas con la condición ciudadana del público.

- **Fuentes Oficiales:** Ocupan un lugar de privilegio en la estructura del poder. El papel del periodista ante estas fuentes es analizar de forma crítica las informaciones que suministran, es decir ocupan cargos públicos.
- **Fuentes No oficiales:** No pertenecen al poder público (entendiendo la esfera de lo público por oposición a la esfera de lo civil).
- **Fuentes Expertos:** Este tipo de fuentes informativas no ocupan cargos públicos ni manifiestan impotencia ante el poder político pero su presencia está legitimada por sus conocimientos en un área de interés público (ejemplos de ellas: abogados, psicólogos, sociólogos, ambientalistas, etc.).

2.1.9 La Crónica Roja y el Sensacionalismo

2.1.9.1 La Crónica Roja

Málaga Newton Lana (2008, pág.42), en el seminario sobre el “Público Consumidor de crónica roja” explica que la crónica roja es utilizada por los medios de comunicación para adquirir una mayor sintonía y que el estereotipo de personas como lo han sido siempre los más pobres ya no lo son solo ellos sino que también los de nivel alto o de mayor nivel social forman parte del público que ve estos tipos de informaciones.

Como una forma de presentar las noticias más atractivas aparece la crónica roja concebida como género periodístico que relata hechos delictivos pero considerados noticiables; es decir hechos que suscitan el interés humano y mueven sensaciones en las personas, por eso se decide su publicación.

La crónica roja tiene los principales elementos que hacen una noticia atractiva: cercanía, implicancia, interés humano, consecuencias y opiniones; pero está también privilegiada todo lo que sea truculento, que provoque emociones y estremecimiento en el público. Asimismo, el sector socioeconómico juega un papel un papel importante para hacer la noticia más atractiva.

Un hecho con mucha repercusión en la ciudadanía y que tuvo la cobertura de todos los medios fue, “El caso de Clímaco, claro ejemplo de una historia que trata de un blanquito de posición económica elevada y por eso llama más la atención. Pero si a una persona la estrangulan en el asentamiento humano de Huaycán no sale en la primera página de Caretas.

Aunque la nota policial engancha en todos los sectores sociales, es interesante descubrir que los sectores C/D son los más interesados en consumir noticias de crímenes que se comenten en los sectores más pudientes de nuestra sociedad, como una forma de compensar las tremendas diferencias económicas y emocionales que separan a ambos sectores como consecuencia de la lucha de clases.

Es posible que la crónica roja guste más en los sectores de menores recursos económicos porque es precisamente el bajo nivel de educación que allí se maneja lo que hace que estas personas elaboren una escala de valores más propensa a interesarse por los sentimientos más primarios de las personas.

Con respecto al punto anterior se puede afirmar que el problema educacional que hay en el Perú también abarca a un altísimo número de personas de los sectores A/B. Esto se refleja en los índices de audiencia (rating) de noticieros como América Noticias o ATV Noticias absolutamente amarillos, que no son rechazados por los sectores A y B y a veces su audiencia supera el nivel sintonía de otras capas de la sociedad.

Aunque el sensacionalismo existe desde el siglo XIII, el problema es que ahora es a lo único que se apela. De hecho, el predominio de las crónicas policiales en los noticieros de TV y en los diarios sensacionalistas, se debe a que la televisión es casi gratis, ya está en casa, y los diarios sensacionalistas son los más asequibles y baratos.

La complicidad está hecha. La nota roja funciona en medida en que

representa a la comunidad de lectores a los que se dirige.

También es cierto que en nuestra sociedad se asocia la criminalidad directamente con la pobreza. Es uno de los principales estereotipos que manejan diarios sensacionalistas y noticieros de televisión peruana, “la pobreza engendra asesinos”. Que el crimen es resultado de la pobreza es absolutamente falso. Y dado que el Perú es un país cuyas instituciones están permanentemente en crisis y donde la educación y la cultura es escasa, todavía seguiremos anclados en esta serie de concepciones que estaban latentes en Europa hasta el siglo pasado, cuando se pensó que el desarrollo y la Revolución Industrial iban a acabar con la criminalidad, pero años más tarde, se comprobó que el crimen se acelera a medida que crece el gran aparato de la modernidad.

2.1.9.2 El Sensacionalismo

Nívea Pedroso Rosa (1994, pág.6), en su libro “Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista”, menciona que el sensacionalismo no es gratuito pues este tipo de noticias también muestran la complejidad de nuestra realidad.

La noticia sensacionalista es un grito escrito que difunde valores, conceptos, sentimientos e imágenes del lado perverso de la cultura. El discurso sensacionalista es elaborado a partir de la información total, excepcional, insignificante y sin contexto.

El periodismo sensacionalista libera el habla contenida de los excluidos y la fisonomía propia de los temores y deseos sociales de libertad y agresividad. Las noticias sensacionalistas permiten el acceso al mundo de la libertad total por las exploraciones recurrentes de acciones (temáticas) agresivas, homicidas y aventureras.

Sus protagonistas son identificados por identidades marginales que se atreven a seguir sus impulsos y deseos. La naturaleza de la actividad informativa significa que "transformar un hecho en noticia no es lo mismo que

reproducir simplemente lo que ocurrió. Transformar un hecho en noticia es también alterarlo, dirigirlo, mutilarlo".

El discurso de la violencia no oculta el cadáver, pero, oculta las razones y las proyecciones de la criminalidad. Oculta la magnitud de la exclusión y de la desigualdad social.

Sensacionalizar las noticias es un modo de comunicación que pretende llamar la atención del lector por medio de la vedetización de acontecimientos y personajes que se localizan habitualmente en la periferia del orden instituido.

Ileana Medina Hernández (1999, pág4), en su revista menciona concierne a como los medios dejan de brindar información importante para los ciudadanos y esta se ve remplazada por noticias del momento.

La memoria es efímera, la información es tanta que sólo podemos acordarnos de lo que los medios nos recuerdan todos los días. Pero lo peor quizás no sea que nos hartan de mensajes sobre los perros y los pollos, sino lo que nos dejan de decir. Porque estas campañas temporales nos indican que hay temas importantes de los que no nos enteramos, que se olvidan o pasan de moda.

2.1.10 Oferta Informativa y Necesidad informativa

2.1.10.1 Oferta Informativa

Sánchez Tabernero Alfonso (2008, pág.13), en su libro "Los contenidos de los medios de comunicación", menciona que la oferta informativa es el conjunto de informaciones periodísticas que los medios de comunicación brindan a un sector de la población, que conforma su público objetivo con la finalidad de mantener informados de los hechos noticiosos a la población y generar rentabilidad comercial a través de productos publicitarios o propaganda.

2.1.10.1.1 Especialización y segmentación

En las sociedades desarrolladas, las ofertas se han especializado y, como consecuencia de ello, el consumo se ha fragmentado. Estas tendencias han afectado prácticamente a todos los ámbitos empresariales.

El incremento de la competencia desempeña un papel casi tan relevante como el desarrollo tecnológico en el incremento del grado de especialización y segmentación de la oferta. La comercialización de un único producto generalista ahorraría muchos costos a la empresa: de fabricación, de personas, de distribución y almacenamiento, de marketing, etc. Pero hay dos razones que exigen variar la gama: en primer término, si el público está insatisfecho, disminuye el consumo, sobre todo si como sucede con los medios no se trata de un bien de primera necesidad o existen productos sustitutivos; en segundo término, si una empresa no realiza una oferta más especializada, puede dejar el terreno libre a sus rivales.

La televisión de pago basa su capacidad de especialización en los bajos costes de distribución: un canal con una gran cobertura geográfica y un contenido temático puede atraer a un número elevado de suscriptores, aunque representen un porcentaje minoritario de la población. Además, las características específicas de la audiencia incrementan su valor publicitario.

2.1.10.1.2 Dificultades para brindar una oferta informativa de calidad

La dificultad para valorar si la calidad de la oferta que reciben los ciudadanos tiende a mejorar o a empeorar proviene de la situación paradójica del sector de la comunicación; podemos identificar algunas aparentes contradicciones que afectan a los medios informativos:

Primera paradoja. Hace algunos años se tenía que bucear para encontrar noticias; ahora hay que desbrozar el bosque la multitud de datos, imágenes e historias inútiles, parciales o falsas para encontrar lo relevante. La proliferación de fuentes interesadas facilita el trabajo de los profesionales, pero

a la vez introduce mucho ruido: existe el riesgo de concluir que todo es opinión o filtración manipuladora, y de adoptar como actitud vital el escepticismo.

Segunda paradoja. Antes la realidad permanecía oculta, velada por el temor a la transparencia; las palabras de los periodistas emergían desde el silencio, sorprendían a los ciudadanos; actualmente, la información de los medios compete con las empresas, con las instituciones y con los bloggers que, a través de Internet, cuentan su visión de la realidad. Ante esta competencia por captar la atención de los demás, los medios tienen la tentación de gritar, de narrar hechos asombrosos o de mostrar imágenes espectaculares.

Tercera paradoja. Los periodistas tienen cada vez más poder e influencia en la esfera pública, porque los políticos necesitan presencia en los medios para atraer la atención de los votantes; pero, a la vez, la fuerza interna de las redacciones su peso en las decisiones editoriales, su capacidad de contrapeso frente a los criterios empresariales ha decrecido notablemente.

Cuarta paradoja. El incremento de la demanda de empleo en el sector y las políticas de control de costos han ocasionado que muchos profesionales tengan sueldos de subsistencia; sin embargo, las «grandes estrellas» reciben sueldos extraordinarios, porque actúan como «submarcas» añadidas al producto columnistas, reporteros, locutores, presentadores, capaces de incrementar la audiencia del medio en el que trabajan.

Quinta paradoja. Crece el número de fuentes, así como las posibilidades de acceder a las noticias: las exigencias de transparencia son mayores, sobre todo en las compañías que cotizan en Bolsa; pero los periodistas cada vez disponen de menos tiempo para analizar la información recibida: alguien está contando ya lo que sucede en Internet, en la radio, en los canales de 24 horas de noticias y la reflexión impide llegar el primero. A menudo, la decisión resulta complicada: elegir el rigor, la precisión, la profundidad, contrastar las fuentes, o, por el contrario, apostar por la rapidez.

Sexta paradoja. Las dificultades del trabajo urgencia, búsqueda de máxima productividad e intoxicaciones informativas ocasionan muchos errores; sin embargo, los medios reciben pocas críticas públicas: por una parte, desde las empresas se señalan poco las propias equivocaciones, por solidaridad o por pactos implícitos de protección mutua; y, desde fuera, quienes tienen poder para denunciar las equivocaciones las personas con mayor proyección pública necesitan la benevolencia de los medios para impulsar su propia carrera profesional. Los periodistas se convierten así en poder sin contrapoder, en críticos sin contracrítica; señalar los errores de su trabajo parece «políticamente incorrecto».

Sétima paradoja. Desde los años ochenta, la literatura empresarial insiste en la necesidad de diferenciarse de los rivales para singularizar la oferta y captar el interés del público. En cambio, en el sector de la comunicación, ganan terreno las estrategias de imitación; los editores parecen preocuparse más de no dejar de contar algo que ofrezcan los competidores que de buscar una historia exclusiva. Las portadas de los diarios y las aperturas de los noticiarios radiofónicos y televisivos contienen las mismas noticias: varía el enfoque, la línea editorial; pero pocos medios se atreven a seguir su propia agenda: es menos frecuente el «afán de ganar» que el «miedo a fallar».

La dificultad para informar sin poner un ojo en el público y otro en los intereses de la propia empresa o los dos en este último terreno crece con la formación de grandes conglomerados de medios. Cuando las compañías tienen intereses en varios sectores, existe el riesgo de que se multiplique el número de amigos (las demás unidades de negocio del grupo) y enemigos (los competidores).

2.1.10.2 Necesidad informativa

Boczkowski Pablo Javier (2013, pág. 1), en su libro “ La brecha de las noticias” menciona que la necesidad informativa debe entenderse como demanda en la medida que la población prefiere optar por informaciones periodísticas que se difunden en los medios de comunicación y le generan interés, aunque no necesariamente satisfaga sus necesidades originadas en los diferentes contextos de la experiencia y la acción; a partir del contexto físico biológico y de los contextos de trabajo sociales, políticos, etc.

2.1.10.2.1 La brecha entre la oferta y la demanda

Más de 70 años atrás, Robert Park, una destacada personalidad de la Escuela de Sociología de la Universidad de Chicago y ex periodista, escribió: “Las cosas que a la mayoría de nosotros nos gustaría publicar no son las cosas que la mayoría de nosotros queremos leer. Tal vez estemos ávidos por publicar lo que es o parece edificante, pero queremos leer lo que es interesante”.

La televisión por cable y las noticias online han generado una enorme intensificación de la competencia y la aptitud de los consumidores para acceder a las noticias que quieren e ignorar el resto. Estos cambios han reformulado el dilema de la brecha, tanto para las organizaciones mediáticas de la era digital como para la sociedad en su conjunto. En un ambiente sumamente competitivo, cuánto tiempo pueden los principales proveedores de noticias sobre el sistema político sostener una brecha entre lo que ofrecen como artículos de mayor interés periodístico y lo que sus audiencias consideran atractivo?

La brecha entre la oferta y la demanda resiente la orientación hacia el servicio público de los espacios mediáticos dominantes y sus aportes a proceso democrático. La erosión de la capacidad de fijación de la agenda de estos espacios durante los periodos de actividad política normal y el impacto limitado de las alternativas impulsadas por los consumidores podrían acelerar el deterioro del discurso compartido sobre temas de vasta significación. Esto debilitara la

búsqueda de un terreno común en esos temas y exacerbaría la división social. Los responsables de las decisiones en los sectores público, privado y sin fines de lucro seguirán interesándose en las noticias relacionadas con los asuntos públicos. Pero los medios dominantes podrían perder también ascendente que, en materia de fijación de la agenda, tienen sobre ellos, porque su aptitud para influir en el público de elite se funda en las dimensiones y la composición de su público masivo.

De este modo, la brecha de las noticias podría poner en peligro el papel de los medios como enlace entre la elite de responsables de las decisiones y los consumidores.

La brecha de las noticias también plantea desafíos en lo que se refiere a otros dos papeles que las organizaciones periodísticas desempeñan en la esfera pública: la provisión de información y la creación de espacios para la deliberación pública. La falta de interés en temas relacionados con los asuntos públicos puede redundar en una ciudadanía que no esté preparada discutir esos temas ni dispuesta a hacerlo, y la fragmentación de la audiencia puede debilitar la posición de los medios en el circuito de la deliberación pública. La brecha también puede disuadir a los medios dominantes de cumplir con su tradicional función gubernamentales y otros grandes actores colectivos a rendir cuentas de sus actos. Como una materia de costos el periodismo vigilante no suele ser eficiente para las organizaciones que lo adoptan como misión, es probable que la brecha aumente dentro de estas la presión para reducir los recursos dedicados a él. De suceder así, el equilibrio de poder se inclinaría aún más en favor de los grandes actores a colectivos, en detrimento de la rendición de cuentas sociales.

2.1.11 Periodismo y Democracia

2.1.11.1 Derecho a la Información

José Zepeda y Daniel Prieto (2007, pág. 5) , conciben que el derecho a la comunicación está basado en una visión del libre flujo de información; un derecho interactivo, igualitario y no discriminatorio e impulsado por las necesidades humanas en vez de intereses comerciales o políticos.

Este se encuentra representado por las demandas de los pueblos para la libertad, la inclusión, la diversidad y la participación en el proceso de comunicación, el reconocimiento de la dignidad inherente y los derechos iguales e inalienables de todos los pueblos.

La situación ha empeorado con la aparición reciente de corrientes políticas, discriminadas, silenciadas e ignoradas por los medios, que ahora, instalados en el poder aspiran o practican la persecución, amparados bajo el manto siempre recurrente de la defensa del pueblo.

2.1.11.2 La calidad de contenidos informativos

Por su parte Sánchez Tabernero Alfonso (2008, pág. 14) en su libro.” Los contenidos de los Medios de Comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia” afirma que proliferan las informaciones superficiales; los contenidos de entretenimiento; la obsesión por mejorar la rentabilidad ocasiona que no pocos directivos estén más atentos a reducir costos que a mejorar la calidad; la bolsa acentúa el empeño de los empresarios por mejorar sus resultados a corto plazo; y los periodistas, guionistas y en general la parte creativa de las empresas pierde protagonismo frente a los gestores y directores financieros.

Sánchez-Tabernero considera que la calidad de los contenidos debe responder a tres perspectivas: subjetiva, que implica la adecuación a las demandas del público; objetiva, que requiere cumplir unos estándares profesionales referidos a cuestiones éticas, técnicas y estéticas; y de

personalidad, que permite construir marcas coherentes y diferenciadas, reconocibles en el mercado, y vinculadas a valores atractivos para el público.

La calidad de los contenidos depende de varios factores: la capacidad de los directivos de las empresas para proteger el futuro de sus organizaciones, lo que implica que renuncian a obtener los máximos beneficios a corto plazo; el acierto de los reguladores para favorecer un elevado nivel de competencia y proteger los derechos de las minorías; la existencia de medios públicos que cumplan la función que legitima su financiación a través de impuestos; el talento de los periodistas, guionistas y productores para hacer atractivos los contenidos que son relevantes y dignifican a las personas; y el gusto del público para distinguir lo profundo de lo frívolo, lo equilibrado de lo sectario y lo sublime de lo vulgar.

2.1.12 Los Medios y la Sociedad

2.1.12.1 Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación

Por su parte Urrea Cuéllar Javier Francisco (2001, pág.23), en su tesis “Producción de Noticias en Medios Escritos y Televisivos de el Salvador” menciona que el periodismo debe cumplir con dos labores fundamentales en el momento de construir información civil, hacer memoria colectiva y el fortalecimiento del compromiso público y los medios deberían estar al servicio de la comunidad civil.

La primera “es hacer memoria colectiva”, asegurar que tengamos una experiencia compartida, de carácter público, con la cual podamos discutir, analizar, y plantear acciones públicas. Debe ir más allá de informar y orientar a la opinión pública, se trata de crearnos situaciones públicas las cuales pueden ser valoradas, evaluadas y diseñadas y solucionada por el mismo ciudadano.

La otra labor parte del fortalecimiento del compromiso público, informar de acciones públicas que generen compromiso ciudadano, lo anterior no se debe confundir con aquellas acciones que atraen al público y mucho menos con informaciones que capturen la atención pública a través del sensacionalismo y la

manipulación.

El periodista consciente de su labor en pro de la consolidación democrática debe informar tratando a los individuos como protagonistas, como ciudadanos atractivos y no como simples consumidores desprevenidos que están allí para ser manipulados por la información.

En la teoría de la Responsabilidad Social de la doctrina Hutchins se pone énfasis en la práctica profesional inseparable de la calidad de los contenidos informativos.

Los medios de comunicación no son un negocio cualquiera, sino que constituyen un servicio a la sociedad: "No se puede negar la responsabilidad social que entraña la calidad del servicio que la prensa ofrece a los ciudadanos". La Doctrina Hutchins concibió la información como un bien distinto a otros bienes de naturaleza comercial y recomendaba que los medios no funcionaran como si se tratara de cualquier otra actividad lucrativa. Pero los medios –como cualquier empresa- deben pensar en el lucro, de hecho, tienen que hacerlo y sólo en la medida en que obtengan los ingresos suficientes no simplemente para subsistir y sino para crecer, podrán gozar de mayor libertad para generar nuevos contenidos de lo que ellos consideran de buena calidad que, implicará además, el compromiso propio de la profesión que podría resumirse en las premisas propuestas por Avilés, pero que se ven afectadas por el espíritu empresarial que mueve a las empresas de comunicación.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Oferta Informativa

Suele ser consecuencia de una acción sobre el mercado para adelantarse en la percepción de necesidades, identificándolas y elaborando productos con informaciones adecuadas a la demanda real. Este conocimiento tiene raíz intelectual, pues, aunque los deseos y carencias pueden tener manifestaciones materializadas, su satisfacción siempre es consecuencia de una decisión de la voluntad movida por la razón o por sensaciones, pero, en cualquier caso inmaterial.

Necesidades informativas

Necesidad informativa debe entenderse como demanda en la medida que la población prefiere optar por informaciones periodísticas que se difunden en los medios de comunicación y le generan interés, aunque no necesariamente satisfaga sus necesidades originadas en los diferentes contextos de la experiencia y la acción; a partir del contexto físico biológico y de los contextos de trabajo sociales, políticos, etc.

Noticiero

Se conoce con el nombre de noticiero a todo aquel programa televisivo que se encargue de transmitir a los televidentes las noticias actualizadas del día y de las últimas horas. El noticiero cuenta con elementos característicos en cuanto a su lenguaje, su diagramación, su material, etc., que lo distingue claramente del resto de los programas televisivos. A pesar de que puede ser visto por cualquier persona, el noticiero normalmente apunta a un público adulto ya que su estilo es formal y serio.

Fuentes Informativas

Se entiende todo aquel emisor de datos del que se sirve el profesional de los medios de comunicación para elaborar el discurso narrativo de su producto informativo. Es cualquier entidad, persona, hecho o documento que provee de información al periodista para que éste tenga elementos suficientes para elaborar una noticia o cualquier otro género informativo.

CAPÍTULO III

3.1 MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS

3.1.1 Fuentes de la investigación

3.1.1.1 Fuentes de la investigación primaria

Las ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales ATV Noticias Edición Central y TV Perú Noticias Edición Central emitidos durante febrero hasta abril del 2013 constituyo mi unidad de análisis para la elaboración del trabajo de investigación.

A esta fuente se sumó, los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote entre las edades de 18 a 40 años.

3.1.1.2 Fuentes de la investigación secundaria

Utilice las investigaciones relacionadas con el objeto de estudio.

Tuve acceso libros de especialistas en televisión, participación ciudadana y periodismo.

Además de entrevistas con profesionales de la comunicación.

3.1.2 Técnicas e instrumentos empleados

3.1.2.1 Ficha de Análisis

3.1.2.1.1 Guía de Análisis de Contenido

De acuerdo al proyecto de investigación se ha estableció la utilización de una ficha de análisis elaborada en base a indicadores que servirán como pauta para evaluar los contenidos de los noticieros de televisión nocturnos nacionales.

Objetivos

- Identificar las características de la oferta informativa de los noticieros nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.
- Comparar los tipos de informaciones que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

3.1.2.2 Encuesta

3.1.2.2.1 Cuestionario

También se contempla la realización de un cuestionario que servirá para conocer las opiniones que tiene el público de los noticieros de televisión nocturnos nacionales a evaluar.

Objetivos

- Establecer las necesidades informativas de la población de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

3.2 PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

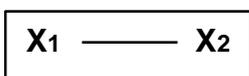
En primer lugar recurrimos a la revisión bibliográfica de libros, trabajos de investigación, monografías y páginas web para ampliar nuestros conocimientos teóricos.

La recolección de datos se realizó a través del análisis de las ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central. Para ello utilice las fichas de análisis.

Además, de la aplicación de una encuesta a los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote. Para su recojo utilice un cuestionario compuesto de 10 preguntas.

3.2.1 Diseño de estudio

El diseño de investigación es Correlacional Transeccional y se presenta de la siguiente forma.



Dónde:

X₁ = Oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

X₂ = Necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

3.2.2 Tipo de Investigación

En la investigación, existen distintas clases de diseños, por lo cual todo investigador está en la libre capacidad de elegir más de uno de los tipos de diseños. Todo dependerá de los objetivos de estudio y de las preguntas de investigación.

La investigación es de tipo correlacional transeccional, se basó en describir, analizar las propiedades fundamentales del fenómeno en estudio, personas, videos, entre otros. De igual manera, se tuvo como propósito conocer la relación entre las dos variables, oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Además es una investigación transeccional, porque se recolecto los datos en un determinado momento.

3.3 UNIVERSO. MUESTRA

3.3.1 Universo

3.3.1.1 Universo Poblacional

Conformada por los 1 156 pobladores de la urbanización Nicolás Garatea de Nuevo Chimbote la cual fue utilizada para ejecutar la encuesta; la que permitió obtener opiniones, críticas sobre los contenidos de los noticieros de televisión nocturnos nacionales con respecto a sus necesidades informativas.

La cifra de 1156 habitantes de la urbanización Nicolás Garatea de Nuevo Chimbote proviene del IX censo de población y IV de vivienda ejecutado por el INEI en el 2007.

Seleccionar la población de la urbanización Nicolás Garatea en el Distrito de Nuevo Chimbote para la aplicación del instrumento de recolección de datos, se debe a que esta cuenta con personas de distinto género, status

social por ende profesional; que contribuirá a realizar un mejor recojo de información en cuanto a la pluralidad de opiniones, posiciones etc.

3.3.1.2 Universo: Ficha de Análisis

Los noticieros de televisión nocturnos nacionales analizados son emitidos diariamente, en un mes un noticiero emite un total de 20 ediciones, pero como el tiempo de estudio total se dará en 3 meses entonces estará compuesto por 60 ediciones. Aquello está referido solo a un noticiero, además hay que tener en cuenta que se evaluarán 2 noticieros.

En conclusión la población estará compuesta por 120 ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales.

América Noticias Edición Central	⇒	60 ediciones
Tv Perú Noticias Edición Central	⇒	60 ediciones

La elección de los noticieros ATV Noticias Edición Central y TV Perú Noticias Edición Central se debe a la diversidad de información que poseen como: notas policiales, políticas, económicas, deportivas, espectáculos entre otras.

También porque cada uno tiene una línea distinta; en el caso de ATV Noticias Edición Central mantiene en su mayoría la cobertura de informaciones de corte policial, mientras que Tv Perú Noticias Edición Central informaciones enfocadas a la política, lo que permitirá conocer cuáles son las necesidades informativas de la población entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote cuando visualiza estos noticieros nocturnos.

3.3.2 Muestra

3.3.2.1 Muestra Poblacional

Para la elección de la muestra no probabilística se tuvo en cuenta realizar preliminarmente un sondeo en 500 vecinos de la urbanización Nicolás Garatea de Nuevo Chimbote, con el propósito de seleccionar solo aquellos que se informan a través de los noticieros nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

Del sondeo aplicado, fueron elegidos 336 moradores de los cuales el 50% se informa a través del noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, mientras que el restante a través de Tv Perú Noticias Edición Central.

Además, los vecinos cumplieron con el requisito de estar entre las edades de 18 a 40 años de edad y ser de diferente condición social y profesional.

La muestra será utilizada para ejecutar la encuesta; lo que permitirá obtener opiniones, críticas sobre los contenidos de los noticieros nocturnos nacionales con respecto a sus necesidades informativas.

La muestra seleccionada de 336 vecinos de la urbanización Nicolás Garatea, proviene de una fórmula estadística, de una población de 1156 habitantes del distrito sureño.

TAMAÑO PROVISIONAL DE LA MUESTRA

$$n = S = 0,0475 \quad 0,0475 = 475$$
$$\frac{\quad}{V^2} \quad \frac{\quad}{0,01} \quad \frac{\quad}{0,0001}$$

PARA DETERMINAR LA CANTIDAD EXACTA DE LA MUESTRA

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

n= TAMAÑO PROVISIONAL DE LA MUESTRA
N= TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

$$n = \frac{475}{1 + \frac{475}{1156}}$$

$$n = \frac{475}{1 + \frac{475}{1156}}$$

$$n = \frac{475}{1 + \frac{475}{1156}}$$

$$n = \frac{549100}{1631}$$

n= 336

3.3.2.2 Muestra: Ficha de Análisis

Conformada por los noticieros televisivos nocturnos nacionales, se analizarán 2 noticieros de televisión nocturnos nacionales durante 3 meses, pero de manera intercalada es decir interdiarios por lo cual serán vistas 30 ediciones por cada uno de los noticieros debido a que la frecuencia con la que son presentadas en los medios es diaria.

Atv Noticias Edición Central \implies 30 ediciones

Tv Perú Noticias Edición Central \implies 30 ediciones

Aquello hace un total de 60 ediciones por ambos programas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1.1 Presentación de los resultados

4.1.1.1 Resultados cuantitativos de la guía de análisis de contenido de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

4.1.1.1.1 Resultados cuantitativos del noticiero de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central.

Cuadro general N° 1: Número y duración de las informaciones difundidas mensualmente entre Febrero – Abril.

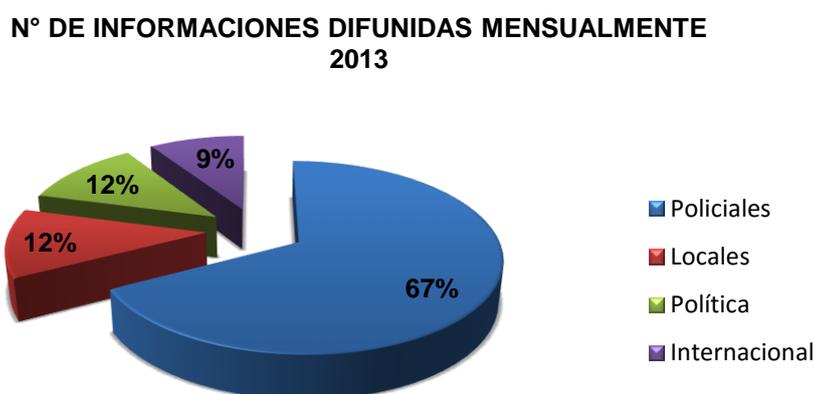
Tipo Informaciones	NUMERO DE EDICIONES (FEBRERO)																				N° Inf.	T.T
	D1	T	D2	T	D3	T	D4	T	D5	T	D6	T	D7	T	D8	T	D9	T	D10	T		
Policiales	9	14.58	7	16.28	10	17.59	10	16.28	10	18.15	10	18.27	11	17.69	10	15.8	8	16.60	6	11.78	91	3HRS 12M
Locales	3	5.09	4	7.39	2	2.93	2	4.44	2	4.40	3	5.27	0	0	1	3.91	3	4.63	1	1.53	21	39MIN
Política	3	5.03	1	2.62	0	0	1	2.41	2	3.05	2	0.99	1	2.00	2	3.52	2	3.22	2	2.13	16	25MIN
Internacional	0	0	1	2.56	3	6.24	2	3.04	0	0	0	0	2	2.65	1	2.73	1	1.24	4	9.70	14	28MIN
SUB TOTAL	15	23.42	13	28.03	15	26.76	15	26.17	14	25.6	15	26.45	14	22.34	14	25.96	14	25.92	13	25.14	142	4HRS 32MIN
NUMERO DE EDICIONES (MARZO)																						
Policiales	8	13.79	8	13.59	6	13.15	11	20.49	9	17.15	9	18.33	12	23.48	6	16.11	10	17.67	10	19.86	89	3HRS 29MIN
Locales	0	0	3	4.91	4	7.17	1	3.01	3	7.51	1	1.85	0	0	4	9.41	2	3.17	0	0	18	37MIN
Política	3	5.13	3	5.03	2	3.86	1	1.47	0	0	2	3.66	2	3.13	0	0	0	0	2	2.21	15	24MIN
Internacional	3	6.91	0	0	1	2.00	0	0	1	1.76	2	4.00	0	0	2	5.51	2	3.19	3	6.32	14	30MIN
SUB TOTAL	14	25.83	14	23.53	13	26.18	13	24.97	13	26.42	14	27.84	14	26.61	13	31.03	14	24.03	15	28.39	136	5HRS
NUMERO DE EDICIONES (ABRIL)																						
Policiales	14	23.19	9	20.40	10	16.01	9	15.84	8	10.62	10	18.85	9	11.76	11	20.97	7	17.84	11	19.05	98	3HRS 31MIN
Locales	0	0	0	0	0	0	1	1.35	1	2.64	1	2.40	2	3.95	0	0	3	5.15	2	3.05	10	18MIN
Política	0	0	3	5.77	3	5.07	2	4.12	1	1.97	1	1.77	2	3.41	3	4.6	1	2.58	1	1.36	17	31MIN
Internacional	1	2.21	0	0	0	0	1	0.95	2	5.11	1	1.77	2	3.32	1	2.04	1	1.38	1	1.36	10	18MIN
SUB TOTAL	15	25.40	12	26.17	13	21.08	13	22.26	12	20.34	13	26.41	15	22.44	15	27.61	12	26.95	15	24.82	135	5HRS

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central.

Cuadro N° 1: Número de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central– 2013. (Febrero, Marzo y Abril)

N° DE INFORMACIONES DIFUNDIDAS MENSUALMENTE					
Tipo Informaciones	Meses			Número de Informaciones	%
	Febrero	Marzo	Abril		
Policiales	91	89	98	278	67.31%
Locales	21	18	10	49	11.86%
Política	16	15	17	48	11.62%
Internacional	14	14	10	38	9.20%
SUB TOTAL	142	136	135	413	100%

Figura N° 1: Distribución porcentual del número de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, durante los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2013.



Fuente: Monitoreo del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, entre Febrero y Abril del 2013.

Elaboración: Investigadora.

Interpretación:

Los resultados indican que de 413 noticias difundidas por el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central durante los meses de febrero, marzo y abril del año 2013, entre informaciones policiales, locales, políticas e internacionales, el tipo de información más difundida es policial con 278 noticias que representan el 67% en las informaciones del noticiero nocturno nacional.

En segundo lugar se hallan las noticias locales, durante esos tres meses el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central emitió 49, que representan el 12% del total de las noticias difundidas.

Las informaciones políticas constituyen el tercer lugar con 48 noticias en un 12%; mientras que las menos difundidas son las informaciones internacionales, durante el tiempo transcurrido se difundieron 38, representando el 9. %.

Cuadro N° 2: Duración de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central de 2013.

(Febrero, Marzo y Abril)

DURACIÓN DE LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS MENSUALMENTE					
Tipo Informaciones	Meses			Tiempo de Informaciones	%
	Febrero	Marzo	Abril		
Policiales	3HRS 12M	3HRS 29MIN	3HRS 31MIN	10 HRS 20MIN	70.99%
Locales	39MIN	37MIN	18MIN	1HRS 57MIN	10.90%
Política	25MIN	24MIN	31MIN	1HRS 33MIN	9.28%
Internacional	28MIN	30MIN	18MIN	1HRS 27MIN	8.82%
SUB TOTAL	4HRS 32MIN	5HRS	5HRS	14 HRS	100%

Figura N° 2: Distribución porcentual de la duración de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, durante los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2013.



Fuente: Monitoreo del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, entre Febrero y Abril del 2013.

Elaboración: Investigadora.

Interpretación:

En este cuadro se visualiza el tiempo que el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central le brinda a sus informaciones durante los meses de febrero, marzo y abril del año 2013.

Las noticias más difundidas son las informaciones policiales, muestra de ello es que este noticiero de televisión nocturno nacional le brindó 10 horas y 20 minutos de las 14 horas que duraron las 30 ediciones difundidas durante esos tres meses; representando el 71% del tiempo de las ediciones del noticiero nocturno nacional.

Mientras que a las noticias locales, políticas e internacionales, le destinaron casi dos horas representando el 11%, 9% y 9%.

Cuadro general N° 3:

Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas en el mes de Febrero.

Tipo de Informaciones	Tipo de Fuentes	NÚMERO DE EDICIONES (FEBRERO)										SUBTTOTALES
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	
		Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	
Policiales	Institucionales	4	5	7	1	4	5	3	1	4	1	35
	Espontanea	10	12	9	11	13	10	11	10	9	6	101
	Experto	0	1	0	2	0	1	1	1	0	2	8
	Documentales	0	0	0	0	0	1	0	0	0		1
	SUB TOTAL											145
Políticas	Institucionales	4	1	2	1	2	5	0	0	3	0	18
	Espontanea	0	1	1	1	1	3	0	6	4	1	18
	Experto	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											37
Locales	Institucionales	9	2	0	0	4	2	2	2	3	4	28
	Espontanea	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
	Experto	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											31
Internacional	Institucionales	0	1	1	1	0	0	1	1	1	4	6
	Espontanea	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	3
	Experto	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	4
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											10

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central.

Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas en el mes de Marzo.

Tipo de Informaciones	Tipo de Fuentes	NÚMERO DE EDICIONES (MARZO)										SUBTOTALES
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	
		Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	Cant.	
Policiales	Institucionales	7	6	2	6	2	4	8	6	5	5	51
	Espontanea	6	8	9	13	12	17	15	4	8	11	83
	Experto	0	1	3	0	2	1	0	2	1	0	10
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											144
Política	Institucionales	0	3	5	1	4	1	0	3	4	0	21
	Espontanea	0	5	5	1	5	2	0	4	1	0	23
	Experto	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	4
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											48
Locales	Institucionales	6	3	3	3	0	3	2	0	0	1	21
	Espontanea	2	2	1	0	0	2	0	0	0	3	10
	Experto	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											32
Internacional	Institucionales	2	0	1	0	0	1	0	3	2	2	11
	Espontanea	4	0	0	0	1	0	0	2	0	0	7
	Experto	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
	Documentales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	SUB TOTAL											21

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central.

Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas en el mes de Abril.

Tipo de Informaciones	Tipo de Fuentes	NÚMERO DE EDICIONES (ABRIL)										SUBTOTALES
		D1 Cant.	D2 Cant.	D3 Cant.	D4 Cant.	D5 Cant.	D6 Cant.	D7 Cant.	D8 Cant.	D9 Cant.	D10 Cant.	
Policiales	Institucionales	4	4	4	2	3	8	2	2	3	4	28
	Espontanea	21	15	15	11	11	8	14	17	12	14	136
	Experto	0	2	2	2	0	1	0	2	0	1	10
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	SUB TOTAL											177
Locales	Institucionales	0	0	0	2	0	1	1	0	1	0	5
	Espontanea	0	0	0	0	2	0	5	0	8	3	18
	Experto	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	3
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											26
Política	Institucionales	0	8	7	3	2	3	1	3	1	5	33
	Espontanea	0	0	0	0	0	0	3	2	0	0	5
	Experto	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											39
Internacional	Institucionales	4	0	0	0	2	1	0	0	0	1	8
	Espontanea	0	0	0	0	5	1	2	2	2	0	12
	Experto	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Documentales	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	SUB TOTAL											22

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central.

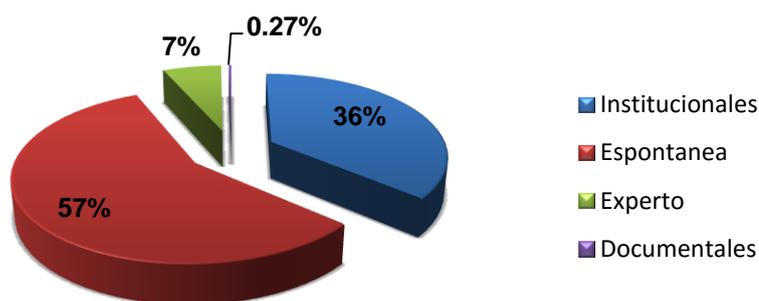
Cuadro N° 3: Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central – 2013.

(Febrero, Marzo y Abril)

TIPOS DE FUENTES UTILIZADAS EN LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS					
Tipo de Fuentes	Febrero	Marzo	Abril	TOTAL	PORCENTAJE
Institucionales	87	104	74	265	36.25%
Espontanea	124	123	171	418	57.18%
Experto	14	17	15	46	6.29%
Documentales	1	1	0	2	0.27%
SUBTOTAL				731	100%

Figura N° 3: Distribución porcentual de los tipos de fuentes utilizadas en el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, durante los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2013.

TIPOS DE FUENTES UTILIZADAS EN LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS 2013



Fuente: Monitoreo del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, entre Febrero y Abril del 2013.

Elaboración: Investigadora.

Interpretación:

La mayoría de las fuentes consultadas por los periodistas del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central son espontaneas, ello se visualiza en este cuadro, correspondiente a las ediciones de febrero, marzo y abril del año 2013; representado en un 57 % con 418 entrevistas.

En contrapartida, 265 entrevistas fueron realizadas a personas que ocupan cargos públicos y representan a las fuentes institucionales en un 36 %.

Las menos utilizadas fueron las fuentes experto y documentales representadas en 6.29% y 0.27% correspondientemente.

4.1.1.1.2 Resultados cuantitativos del noticiero de televisión nocturnos nacionales Tv Perú Noticias Edición Central.

Cuadro general N° 1: Número y duración de las informaciones difundidas mensualmente entre Febrero – Abril.

Tipo Informaciones	NÚMERO DE EDICIONES (FEBRERO)																				N° Inf.	T.T
	D1	T	D2	T	D3	T	D4	T	D5	T	D6	T	D7	T	D8	T	D9	T	D10	T		
Policiales	3	3.33	4	7.51	4	4.21	4	6.44	4	6.37	3	9.06	5	6.53	3	4.90	9	13.06	5	7.71	44	1HRS 15MIN
Políticas	8	9.80	9	13.87	15	28.01	10	20.42	13	25.24	7	11.28	8	14.26	10	23.40	13	21.65	17	30.49	110	3HRS 31MIN
Locales	7	9.68	2	4.32	3	5.65	4	9.36	2	3.72	4	4.82	3	3.76	3	5.02	2	2.01	2	2.80	32	51MIN
Internacional	12	17.4	11	14.25	6	8.24	6	7.77	7	8.13	9	10.72	8	7.96	8	12.32	9	23.48	4	5.03	80	2HRS 32MIN
SUB TOTAL	30	40.21	26	39.95	28	46.11	24	43.95	26	43.46	24	35.88	24	32.21	24	45.64	33	60.02	28	46.03	266	7HRS 23MIN
	NÚMERO DE EDICIONES (MARZO)																					
Policiales	3	4.53	5	5.68	9	11.18	8	9.10	3	5.46	6	10.91	7	11.53	3	7.08	3	3.06	3	6.41	50	1HRS 25MIN
Políticas	8	14.11	15	22.58	13	17.83	10	21.67	13	32.93	13	21.45	10	14.97	8	14.64	14	22.39	16	26.57	120	3HRS 49MIN
Locales	6	9.11	2	3.88	3	4.61	3	4.74	0	0	2	5.85	5	9.77	3	4.40	2	2.20	4	4.36	30	48MIN
Internacional	9	15.56	11	11.44	10	10.14	7	6.78	5	4.46	7	5.77	7	7.00	11	14.96	9	13.41	5	5.77	81	1HRS 58MIN
SUB TOTAL	26	43.31	33	43.58	35	43.76	28	42.29	21	42.85	28	43.98	29	43.27	25	41.08	28	41.06	28	43.11	281	7HRS 14MIN
	NÚMERO DE EDICIONES (ABRIL)																					
Policiales	10	13.58	1	2.55	6	6.04	3	4.19	5	9.99	7	11.83	3	5.14	5	5.24	7	8.07	3	5.76	50	1HRS 21MIN
Políticas	11	15.01	16	22.73	11	21.88	10	18.59	9	13.06	11	32.42	13	15.82	15	27.79	11	18.63	13	19.21	120	3HRS 42MIN
Locales	2	4.09	5	9.78	5	7.66	5	10.32	5	8.35	5	6.72	4	8.90	5	7.88	6	9.80	1	2.00	43	1HRS 25MIN
Internacional	7	7.89	7	6.28	5	6.32	3	6.23	9	10.57	5	6.34	11	10.38	6	8.35	5	4.75	11	12.87	69	1HRS 32MIN
SUB TOTAL	30	40.57	30	41.34	27	41.90	21	39.33	28	41.97	28	57.31	31	40.24	31	43.90	29	41.25	28	39.84	282	7HRS 22MIN

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central.

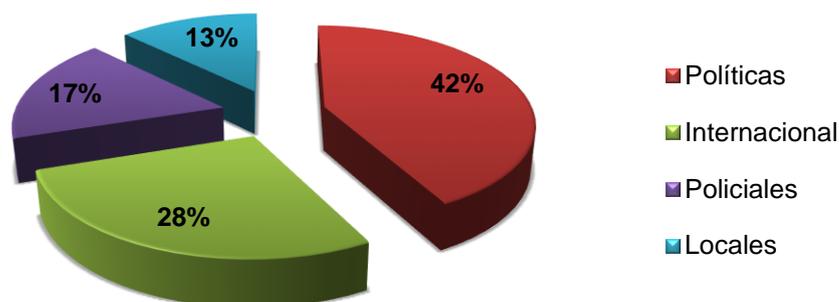
Cuadro N° 1: Número de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central – 2013.

(Febrero, Marzo y Abril)

N° DE INFORMACIONES DIFUNDIDAS MENSUALMENTE					
Tipo Informaciones	Meses			Número de Informaciones	%
	Febrero	Marzo	Abril		
Políticas	110	120	120	350	42.22%
Internacional	80	81	69	230	27.74%
Policiales	44	50	50	144	17.37%
Locales	32	30	43	105	12.67%
SUB TOTAL	266	281	282	829	100%

Figura N° 1: Distribución porcentual del número de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Edición Central, durante los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2013.

**N° DE INFORMACIONES DIFUNDIDAS MENSUALMENTE
2013**



Fuente: Monitoreo del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, entre Febrero y Abril del 2013.

Elaboración: Investigadora.

Interpretación:

De 829 noticias difundidas por el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central durante los meses de febrero, marzo y abril del año 2013, entre informaciones locales, policiales, internacionales y políticas , el tipo de información más difundida es política con 350 noticias que representan el 42% en las ediciones del noticiero nocturno nacional.

En segundo lugar se encuentran las informaciones internacionales, durante esos tres meses el noticiero Tv Perú Noticias Edición Central emitió 230, que representan el 28% del total de las noticias difundidas.

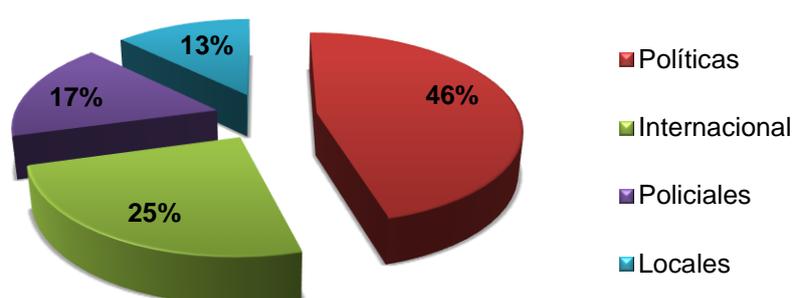
Las informaciones policiales constituyen el tercer lugar con 144 noticias en un 17%; mientras que las menos difundidas son las informaciones locales, durante el tiempo transcurrido se difundieron 105, representando el 13% en las ediciones.

Cuadro N° 2: Duración de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Noticias Edición Central de 2013. (Febrero, Marzo y Abril)

DURACIÓN DE LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS MENSUALMENTE					
Tipo Informaciones	Meses			Tiempo de Informaciones	%
	Febrero	Marzo	Abril		
Políticas	3HRS 31MIN	3HRS 49MIN	3HRS 42MIN	11HRS 3MIN	45.67%
Internacional	2HRS 32MIN	1HRS 58MIN	1HRS 32MIN	6HRS 3MIN	24.98%
Policiales	1HRS 15MIN	1HRS 25MIN	1HRS 21MIN	4HRS 1MIN	16.63%
Locales	51MIN	48MIN	1HRS 25MIN	3HRS 6MIN	12.69%
SUB TOTAL	8HRS 15MIN	8HRS	8HRS	24HRS 15MIN	100%

Figura N° 2: Distribución porcentual de la duración de informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, durante los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2013.

DURACIÓN DE LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS MENSUALMENTE 2013



Fuente: Monitoreo del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, entre Febrero y Abril del 2013.

Elaboración: Investigadora.

Interpretación:

En este cuadro se visualiza el tiempo que el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central le brinda a sus informaciones durante los meses de febrero, marzo y abril del año 2013.

Las noticias más difundidas son las informaciones políticas, muestra de ello es que este noticiero de televisión nocturno nacional le brindó 11 horas y 3 minutos de las 24 horas y 15 minutos que duraron las 30 ediciones difundidas durante esos tres meses; representando el 46% del tiempo de las ediciones del noticiero nocturno nacional.

A estas le siguen las informaciones internacionales a las que le destinaron 6 horas y 3 minutos correspondientes al 25%.

Mientras que las noticias menos difundidas son las policiales y locales llegando a más de cuatro horas en 17% y 13% correspondientemente.

Cuadro general N° 3:

Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas en el mes de Febrero.

Tipo de Informaciones	Tipo de Fuentes	NÚMERO DE EDICIONES (FEBRERO)										SUBTOTALES
		D1 Cant.	D2 Cant.	D3 Cant.	D4 Cant.	D5 Cant.	D6 Cant.	D7 Cant.	D8 Cant.	D9 Cant.	D10 Cant.	
Policiales	Institucionales	0	6	1	2	1	7	0	3	3	3	26
	Espontanea	0	5	2	2	3	1	1	2	4	4	24
	Experto	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											
Políticas	Institucionales	11	10	14	15	19	7	9	19	22	9	120
	Espontanea	3	2	2	2	5	5	2	0	1	12	29
	Experto	0	2	2	1	0	0	0	1	2	2	10
	Documentales	0		0		0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											
Locales	Institucionales	11	3	6	7	4	4	3	3	1	1	36
	Espontanea	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	3
	Experto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											
Internacional	Institucionales	5	7	3	3	3	2	4	4	3	1	31
	Espontanea	0	3	4	1	2	0	1	2	2	1	16
	Experto	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central.

Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas en el mes de Marzo.

Tipo de Informaciones	Tipo de Fuentes	NÚMERO DE EDICIONES (MARZO)										SUBTOTALES
		D1 Cant.	D2 Cant.	D3 Cant.	D4 Cant.	D5 Cant.	D6 Cant.	D7 Cant.	D8 Cant.	D9 Cant.	D10 Cant.	
Policiales	Institucionales	2	3	4	4	3	4	5	6	2	3	30
	Espontanea	0	2	2	2	0	0	5	0	1	1	11
	Experto	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											43
Locales	Institucionales	11	7	15	15	11	11	11	10	12	10	113
	Espontanea	0	3	2	1	5	4	1	3	4	2	20
	Experto	1	1	1	1	1	2	0	0	0	0	07
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											140
Política	Institucionales	8	3	4	5	0	6	10	5	2	2	40
	Espontanea	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
	Experto	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											44
Internacional	Institucionales	5	4	2	1	3	1	0	6	5	1	27
	Espontanea	2	1	0	0	0	0	1	1	1	0	6
	Experto	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											36

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central.

Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas en el mes de Abril.

Tipo de Informaciones	Tipo de Fuentes	TV PERÚ NOTICIAS (ABRIL)										SUBTOTALES
		D1 Cant.	D2 Cant.	D3 Cant.	D4 Cant.	D5 Cant.	D6 Cant.	D7 Cant.	D8 Cant.	D9 Cant.	D10 Cant.	
Policiales	Institucionales	5	0	0	1	4	1	3	0	3	5	22
	Espontanea	5	2	2	0	5	4	3	0	2	3	26
	Experto	1	0	1	0	0	3	0	0	1	0	6
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											54
Locales	Institucionales	10	15	15	13	10	13	9	12	10	18	103
	Espontanea	1	0	3	0	7	4	3	3	0	3	21
	Experto	0	1	1	1	0	3	0	0	0	0	5
	Documentales	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											129
Política	Institucionales	6	6	3	10	7	10	9	5	7	0	43
	Espontanea	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	5
	Experto	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	3
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											51
Internacional	Institucionales	6	0	1	1	2	1	5	2	0	4	21
	Espontanea	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Experto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Documentales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SUB TOTAL											22

Fuente: Monitoreo de las ediciones del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central.

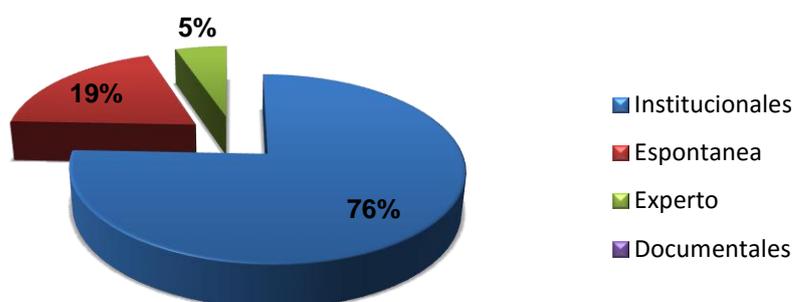
Cuadro N° 3: Tipos de fuentes utilizadas en las informaciones difundidas mensualmente en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central – 2013.

(Febrero, Marzo y Abril)

TIPOS DE FUENTES UTILIZADAS EN LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS					
Tipo de Fuentes	Febrero	Marzo	Abril	TOTAL	PORCENTAJE
Institucionales	213	210	189	612	75.65%
Espontanea	63	39	53	155	19.16%
Experto	14	14	14	42	5.19%
Documentales	0	0	0	0	0
SUBTOTAL				809	100%

Figura N° 3: Distribución porcentual de los tipos de fuentes utilizadas en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, durante los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2013.

TIPOS DE FUENTES UTILIZADAS EN LAS INFORMACIONES DIFUNDIDAS
2013



Fuente: Monitoreo del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, entre Febrero y Abril del 2013.

Elaboración: Investigadora.

Interpretación:

Como se observa en el cuadro, los periodistas del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central consultaron en su mayoría fuentes institucionales representadas en el 76 % de las fuentes informativas con 612 entrevistas a personas con cargos públicos.

Con respecto a las fuentes espontaneas, el cuadro nos revela que son utilizadas en menor cantidad en un 19 % con 155 entrevistas al ciudadano de a pie.

Las fuentes experto y documentales fueron usadas en menos cantidad constituyendo el 5 y 0 correspondientemente.

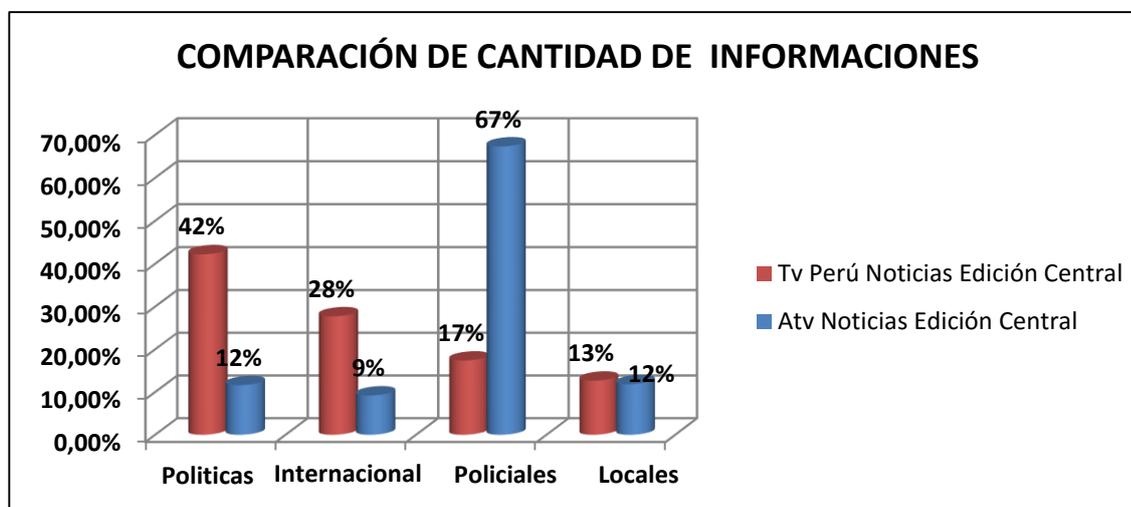
4.1.1.1.3 Comparación de los resultados cuantitativos del noticieros de televisión nocturnos nacionales.

Cuadro N° 1: Comparación de los tipos de informaciones que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

Comparación de tipos de informaciones de los noticieros nocturnos nacionales								
Tipo de informaciones	Número de informaciones				Duración de informaciones			
	Atv Noticias		Tv Perú Noticias		Atv Noticias		Tv Perú Noticias	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Políticas	48	11.62%	350	42.22%	1HRS 33 MIN	9.28%	11 HRS 33 MIN	45.67%
Internacional	38	9.20%	230	27.74%	1HRS 27 MIN	8.82%	6 HRS 3 MIN	24.98%
Policiales	278	67.31%	144	17.37%	10 HRS 20 MIN	70.99%	4 HRS 1 MIN	16.63%
Locales	49	11.86%	105	12.67%	1HRS 57 MIN	10.90%	3 HRS 6 MIN	12.69%
Sub Total	413	100%	829	100%	14 HRS	100%	24HRS 15MIN	100%

Fuente: Monitoreo de las ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Tv Perú Noticias Edición Central y Atv Noticias Edición Central.

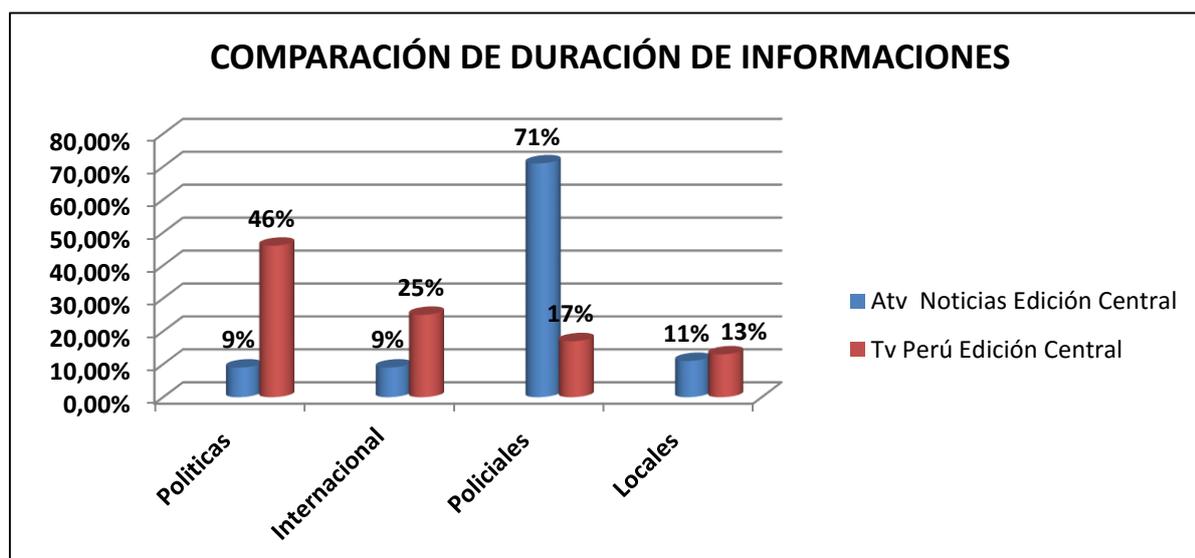
Figura N° 1: Distribución porcentual de la comparación de los tipos de informaciones que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central, a través de la cantidad de informaciones que presentan.



Fuente: Monitoreo de las ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Tv Perú Noticias Edición Central y Atv Noticias Edición Central.

Elaboración: Investigadora

Figura N° 2: Distribución porcentual de la comparación de los tipos de informaciones que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central, a través de la duración (tiempo) de sus informaciones.



Fuente: Monitoreo de las ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Tv Perú Noticias Edición Central y Atv Noticias Edición Central.

Elaboración: Investigadora

Interpretación 1:

En la **figura 1** se visualiza que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central presenta **(350 informaciones políticas) representado en un 42%** del total de las noticias que difunde, a diferencia del noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central que emitió solo **(48 noticias de este tipo) representado en un 12%**, durante los meses de febrero, marzo y abril del año 2013.

En cuanto a las noticias internacionales, se puede observar en el grafico que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central abordo **(230 informaciones de este tipo) representado en un 28%**, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central **emitió 38 representado en un 9%**.

Además, en el grafico se puede visualizar que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central emitió un reducido número de informaciones policiales **de 144 representado en un 17%**, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central emitió **278 noticias de ese tipo representado por un 67%**.

Otro de los tipos de noticias que difunden estos noticieros son informaciones locales, en la figura 1 se visualiza que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central emitió 105 noticias de este tipo representado en un 13%, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central **difundió 49 informaciones de este tipo representado en un 12%**

Interpretación 2:

En la **figura 2** se puede apreciar que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central le brindo **(11 HRS 33 MIN) representado en un 46%** a las informaciones políticas, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Perú Noticias Edición Central le brindo a este tipo de informaciones solo **(1HRS 33 MIN) representado en un 9%**, durante los meses de febrero, marzo y abril del año 2013.

Otra de las informaciones que se difunden en estos noticieros son las noticias internacionales, en el grafico se puede observar que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central le dio cobertura a este tipo de informaciones **(6 HRS 3 MIN) representando en un 25%**, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Perú Noticias Edición Central **(1HRS 27 MIN) representando en un 9%**.

En cuanto a las informaciones de corte policial, el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central le brindo **(4 HRS 1 MIN) representando en un 17%**, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central le dio cobertura **(10 HRS 20 MIN) representando en un 71%**.

Las noticias locales también se encuentran presentes en estos dos noticieros, se puede apreciar que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central le brindo **(3 HRS 6 MIN) representado en un 13%**, mientras que el noticiero nocturno nacional Atv Perú Noticias Edición Central **(1HRS 57 MIN) representado en un 11%**.

Cuadro N° 2: Comparación de los tipos de fuentes informativas que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.

Comparación de los tipos de fuentes informativas de los noticieros nocturnos nacionales				
Tipo de fuentes informativas	Atv Noticias Edición Central		Tv Perú Noticias Edición Central	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Institucionales	265	36.25%	612	75.65%
Espontanea	418	57.18%	155	19.16%
Experto	46	6.29%	42	5.19%
Documentales	2	0.27%	0	0
Total	731	100%	809	100%

Fuente: Monitoreo de Noticias Edición Central

Figura N° 2: Distribución porcentual de la comparación de los tipos de fuentes informativas que presentan los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.



Fuente: Monitoreo de las ediciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Tv Perú Noticias Edición Central y Atv Noticias Edición Central.

Elaboración: Investigadora

Interpretación 2:

En la **figura 2** se puede observar que los comunicadores sociales del noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central consultaron en un 76% fuentes institucionales, mientras que los periodistas del noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central consultaron en un 36% este tipo de fuentes.

Otra de las fuentes consultada en la labor periodística es la espontanea, en el grafico se puede visualizar que los hombres de prensa del noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central consultan esta fuente en un reducido 19%, mientras que los periodistas del noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central en un 57%.

En cuanto al tipo de fuente experto, los periodistas del noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central la consultaron en un 5%, mientras que los comunicadores sociales del noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central consultaron dicha fuente en un 6%.

Las fuentes documentales también son utilizadas por los periodistas de los noticieros nocturnos nacionales Tv Perú Noticias Edición Central y Atv Noticias Edición Central, en la figura se puede observar que el noticiero del Estado no consulta, mientras que Atv Noticias Edición Central la utiliza en un 0.27%.

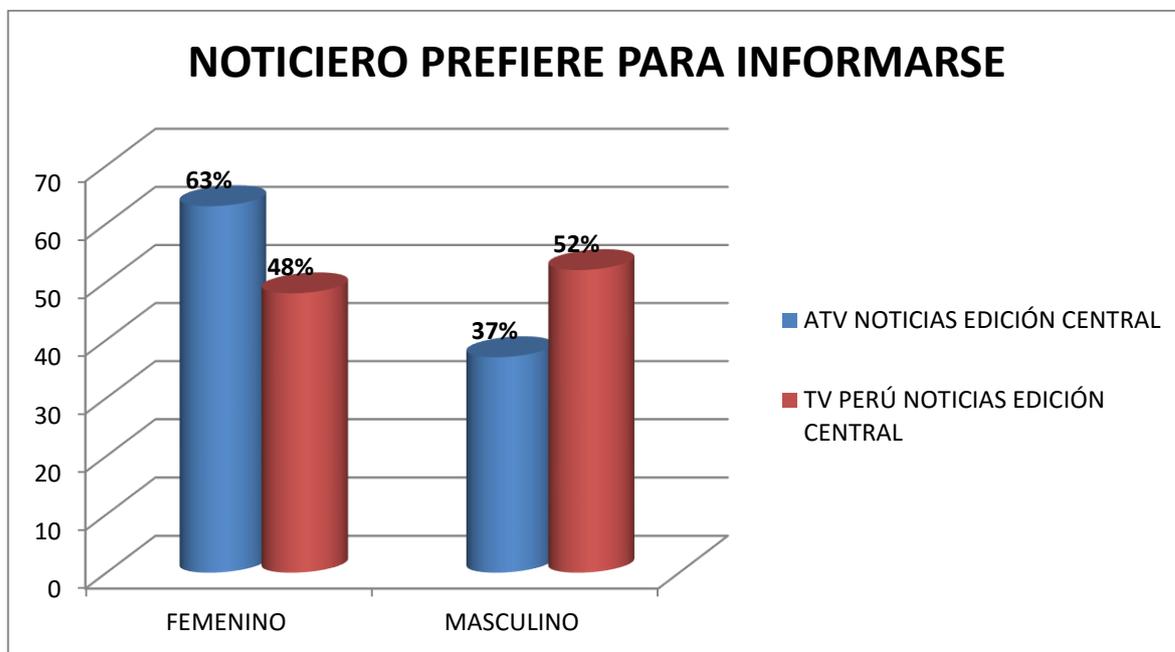
4.1.1.2 Resultados cuantitativos del cuestionario.

El cuestionario nos permite obtener los siguientes datos de las necesidades informativas de los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Cuadro N° 1: Noticiero de televisión nocturno nacional que prefieren para informarse, los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

EDADES	¿QUÉ NOTICIERO DE TELEVISIÓN NOCTURNO NACIONAL PREFERE PARA INFORMARSE?												TOTAL																
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL				SUBTOTAL		TV PERU NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL				SUBTOTAL		NOTICIEROS	F	%	GENERO													
	FEMENINO		MASCULINO		F	%	FEMENINO		MASCULINO		F	%				F	%												
	FREC.	%	FREC.	%			FREC.	%	FREC.	%																			
18-20	2	1.89	7	11.29	9	5.36	15	18.75	3	3.41	18	10.71	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	168	100	F	106	63.10											
20-22	7	6.60	5	8.06	12	7.14	3	3.75	2	2.27	5	2.98				M	62	36.90											
22-24	14	13.21	7	11.29	21	12.50	12	15	9	10.23	21	12.50				TV PERU NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	168	100	F	80	47.62								
24-26	12	11.32	6	9.68	18	10.71	2	2.50	2	2.27	4	2.38							M	88	52.38								
26-28	17	16.04	5	8.06	22	13.10	12	15	5	5.68	17	10.12							SUB-TOTAL	106	100	62	100	168	100	80	100	88	100
28-30	9	8.49	4	6.45	13	7.74	10	12.50	7	7.95	17	10.12																	
30-32	17	16.04	7	11.29	24	14.29	1	1.25	14	15.91	15	8.93																	
32-34	12	11.32	0	0	12	7.14	2	2.50	2	2.27	4	2.38																	
34-36	9	8.49	11	17.74	20	11.90	18	22.50	3	3.41	21	12.50																	
36-38	5	4.72	6	9.68	11	6.55	3	3.75	10	11.36	13	7.74																	
38-40	2	1.89	4	6.45	6	3.57	2	2.50	31	35.23	33	19.64																	
SUB-TOTAL	106	100	62	100	168	100	80	100	88	100	168	100																	

Figura N° 1: Distribución porcentual del noticiero de televisión nocturno nacional que prefieren para informarse los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

Como se observa en el cuadro, de los 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, el 50% prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, mientras que el restante por el noticiero nocturno nacional Tv Perú Edición Central conformada por 168 moradores del lugar.

Del 50% de pobladores que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 63% son mujeres y en su mayoría entre 30 y 32 años; mientras que el 37% son varones entre 32 y 37.

Con respecto, al 50% de vecinos que prefieren informarse a través de Tv Perú Edición Central, el 52% son varones entre 38 y 40 años, mientras que el 48% son mujeres entre 34 y 36 años.

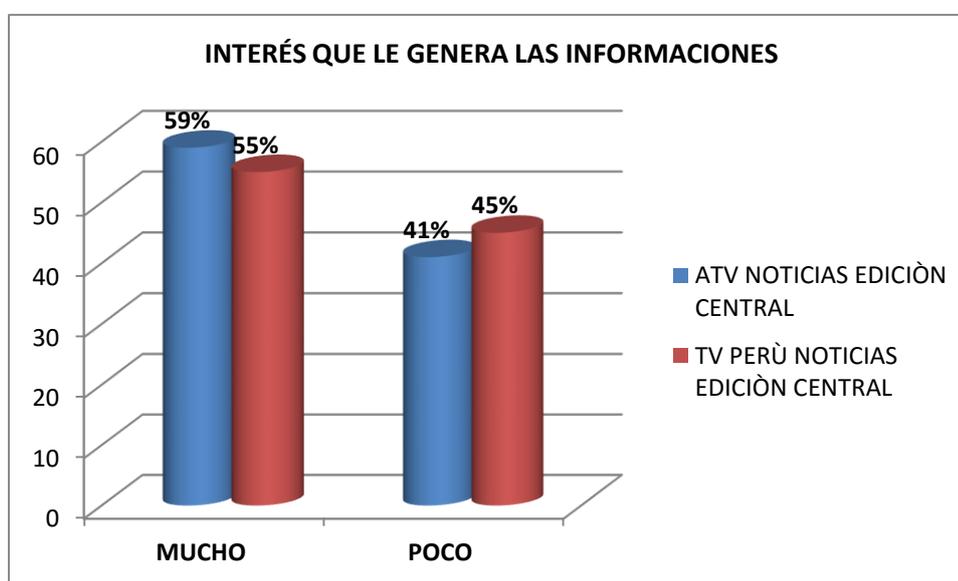
Cuadro general N° 2: Interés que le genera las informaciones que se emiten en los noticieros de televisión nocturnos nacionales a los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

E DADES	¿CUÁNTO INTERÉS LE GENERA A USTED LAS INFORMACIONES QUE SE EMITEN EN LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN NOCTURNOS NACIONALES?																							
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL								SUB TOTAL				TV PERU EDICIÓN CENTRAL								SUBTOTAL			
	FEMENINO				MASCULINO				POCO	MUCHO	FEMENINO				MASCULINO				POCO	MUCHO				
	POCO		MUCHO		POCO		MUCHO				POCO		MUCHO		POCO		MUCHO							
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
18-20	1	2.56	1	1.49	2	6.67	5	15.63	3	4.35	6	6.06	1	6.25	10	15.63	10	16.67	1	3.57	11	14.47	11	11.96
20-22	3	7.69	4	5.97	2	6.67	6	18.75	5	7.25	10	10.10	3	18.75	8	12.50	1	1.67	1	3.57	4	5.26	9	9.78
22-24	5	12.82	9	13.43	1	3.33	0	0	6	8.70	9	9.09	2	12.50	15	23.44	30	50	4	14.29	32	42.11	19	20.65
24-26	2	5.13	10	14.93	0	0	0	0	2	2.90	10	10.10	2	12.50	12	18.75	10	16.66	0	0	12	15.79	12	13.04
26-28	5	12.82	12	17.91	0	0	10	31.25	5	7.25	22	22.22	1	6.25	5	7.81	0	0	5	17.86	1	1.32	10	10.87
28-30	0	0	9	13.43	10	33.33	0	0	10	14.49	9	9.09	0	0	14	21.88	1	1.67	6	21.43	1	1.32	20	21.74
30-32	10	25.64	7	10.45	11	36.67	5	15.63	21	30.43	12	12.12	1	6.25	0	0	4	6.67	10	35.72	5	6.58	10	10.87
32-34	7	17.95	5	7.46	4	13.33	0	0	11	15.94	5	5.05	2	12.50	0	0	1	1.67	1	3.57	3	3.95	1	1.09
34-36	2	5.13	7	10.46	0	0	0	0	2	2.90	7	7.07	1	6.25	0	0	0	0	0	0	1	1.32	0	0
36-38	3	7.69	2	2.99	0	0	4	12.50	3	4.35	6	6.06	1	6.25	0	0	2	3.33	0	0	3	3.95	0	0
38-40	1	2.56	1	1.49	0	0	2	6.25	1	1.45	3	3.03	2	12.50	0	0	1	1.67	0	0	3	3.95	0	0
SUB-TOTAL	39	100	67	100	30	100	32	100	69	100	99	100	16	100	64	100	60	100	28	100	76	100	92	100

Cuadro N° 2: Interés que le genera las informaciones que se emiten en los noticieros de televisión nocturnos nacionales a los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

TOTAL			
NOTICIEROS	INTERES		PORCENTAJE
ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	MUCHO	99	59
	POCO	69	41
TOTAL		168	100
TV PERU NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	MUCHO	92	55
	POCO	76	45
TOTAL		168	100

Figura N° 2: Distribución porcentual de cuanto interés le genera las informaciones que se emiten en los noticieros de televisión nocturnos nacionales a los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, al 59% le genera mucho interés sus informaciones, mientras que al 41% poco.

Del 59% de vecinos que les genera mucho interés las noticias del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, en su mayoría los varones y mujeres se encuentran entre 26 y 28 años; mientras que el 41% de moradores a quienes les genera poco interés las informaciones de este noticiero, las edades de los varones y mujeres oscilan entre 30 y 32 años.

También existe un sector de la población entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito sureño, que le genera mucho interés las informaciones del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, representado por un 55%, mientras que a un 45% le genera poco intereses sus noticias.

Del 55% de vecinos que les genera mucho interés las noticias del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, en su mayoría las mujeres se hallan entre 30 y 32 años, mientras que los varones entre 28 y 30 años.

Con respecto al 45% de vecinos que les genera poco interés las informaciones del noticiero nocturno nacional Tv Perú Edición Central, las edades de los varones oscilan entre 22 y 24 años, mientras que las mujeres entre 20 y 22 años.

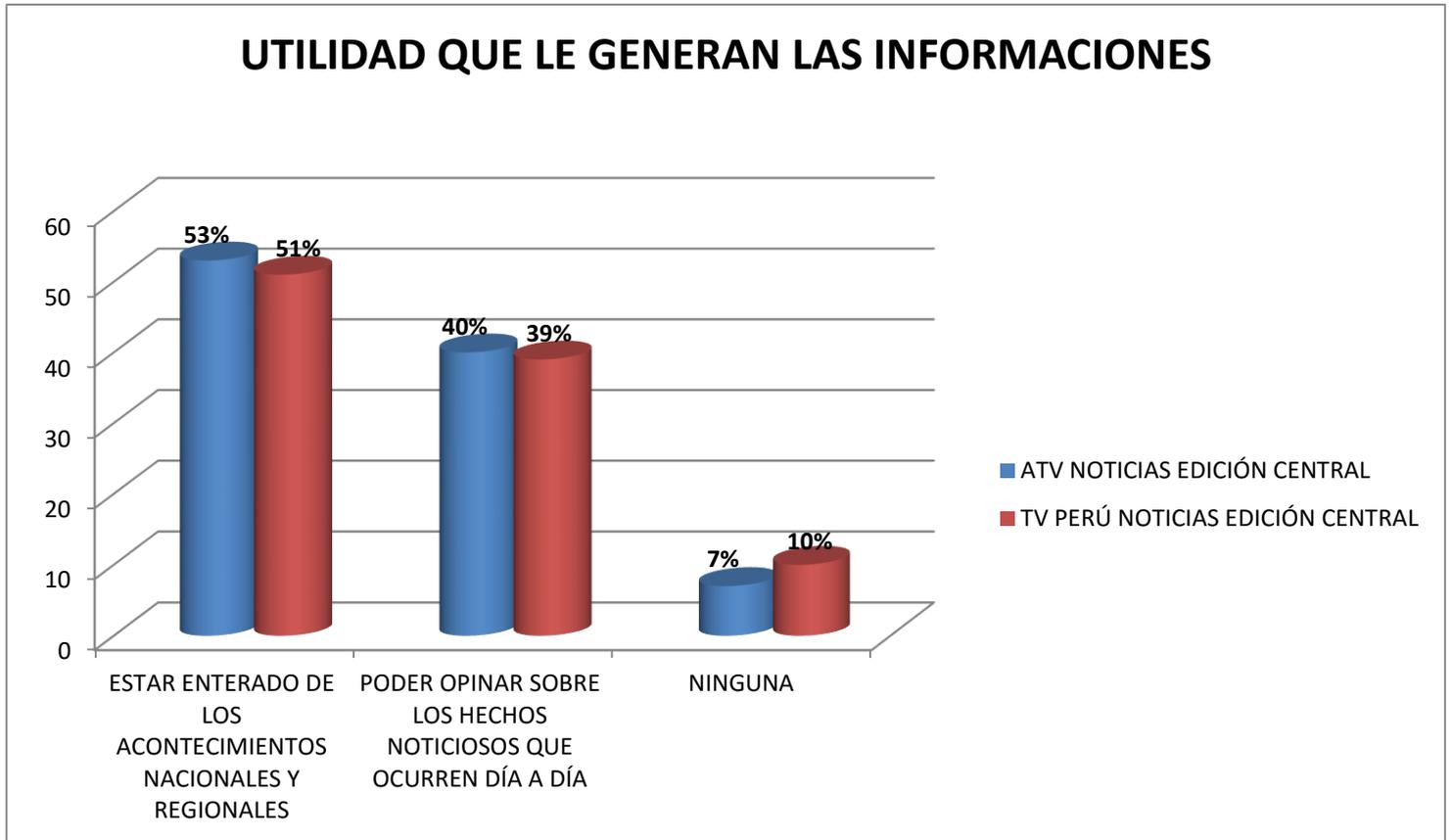
Cuadro general 3: Utilidad que le genera las informaciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales a los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

E DADES	¿QUÉ UTILIDAD LE GENERA LAS INFORMACIONES DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN NOCTURNOS NACIONALES AL POBLADOR?																							
	ATV NOTICIAS EDICIÒN CENTRAL												TV PERU EDICIÒN CENTRAL											
	FEMENINO						MASCULINO						FEMENINO						MASCULINO					
	ESTAR ENTERADO DE LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES Y REGIONALES		PODER OPINAR SOBRE LOS HECHOS NOTICIOSOS QUE OCURREN DÍA A DÍA		NINGUNA		ESTAR ENTERADO DE LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES Y REGIONALES		PODER OPINAR SOBRE LOS HECHOS NOTICIOSOS QUE OCURREN DÍA A DÍA		NINGUNA		ESTAR ENTERADO DE LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES Y REGIONALES		PODER OPINAR SOBRE LOS HECHOS NOTICIOSOS QUE OCURREN DÍA A DÍA		NINGUNA		ESTAR ENTERADO DE LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES Y REGIONALES		PODER OPINAR SOBRE LOS HECHOS NOTICIOSOS QUE OCURREN DÍA A DÍA		NINGUNA 53-88	
F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	P	F	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	
18-20	1	1.72	1	2.63	0	0	4	12.90	3	10	0	0	10	25	0	0	0	0	2	4.44	0	0	0	0
20-22	2	3.45	3	7.89	2	20	10	32.26	8	26.67	0	0	2	5	0	0	0	0	2	4.44	0	0	0	0
22-24	9	15.52	2	5.26	2	20	3	9.68	4	13.33	0	0	3	7.50	0	0	0	0	3	6.67	6	20	0	0
24-26	6	10.34	6	15.79	0	0	1	3.23	3	10	0	0	1	2.5	0	0	0	0	1	2.22	0	0	7	53.85
26-28	10	17.24	4	10.53	3	30	13	41.94	2	6.67	0	0	0	0	1	2.86	0	0	20	44.44	0	0	0	0
28-30	5	8.62	4	10.53	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	22.86	2	40	5	11.11	4	13.33	0	0
30-32	10	17.24	7	18.42	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2.5	0	0	0	0	0	0	0	0	6	46.15
32-34	6	10.34	6	15.79	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2.5	12	34.29	0	0	2	4.44	8	26.67	0	0
34-36	3	5.17	3	7.89	3	30	0	0	4	13.33	0	0	1	2.5	0	0	0	0	8	17.78	2	6.67	0	0
36-38	4	6.90	2	5.26	0	0	0	0	6	20	0	0	20	50	14	40.00	0	0	2	4.44	0	0	0	0
38-40	2	3.45	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100	1	2.5	0	0	3	60	0	0	10	33.33	0	0
SUB-TOTAL	58	100	38	100	10	100	31	100	30	100	1	100	40	100	35	100	5	100	45	100	30	100	13	100

Cuadro 3: Utilidad que le genera las informaciones de los noticieros de televisión nocturnos nacionales a los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

TOTAL			
NOTICIEROS	UTILIDAD		PORCENTAJE
ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	ESTAR ENTERADO DE LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES Y REGIONALES	89	53
	PODER OPINAR SOBRE LOS HECHOS NOTICIOSOS QUE OCURREN DÍA A DÍA	68	40
	NINGUNA	11	7
TOTAL		168	100
TV PERU NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	ESTAR ENTERADO DE LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES Y REGIONALES	85	51
	PODER OPINAR SOBRE LOS HECHOS NOTICIOSOS QUE OCURREN DÍA A DÍA	65	39
	NINGUNA	18	11
TOTAL		168	100

Figura N° 3: Distribución porcentual sobre la utilidad que le genera las informaciones de los noticieros nocturnos de televisión nacionales a los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, que prefieren informarse a través del noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 53% de vecinos refiere que la utilidad que le genera sus informaciones es la de estar enterado de los acontecimientos nacionales y regionales, el 40% lo prefiere porque le permite opinar sobre los hechos noticiosos que ocurren día a día, mientras que el 7% afirma que no le genera ningún beneficio.

Del 53% de moradores que manifiesta que prefiere el noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central porque le permite estar enterado de los acontecimientos nacionales y regionales, en su mayoría los varones y mujeres se hallan entre las edades de 26 y 28 años. Al 40% de vecinos que refiere consumir el noticiero porque le permite opinar sobre los hechos noticiosos que ocurren día a día, las mujeres se hallan entre 30 y 32 años y los varones entre 20 y 22, mientras que el 7% indicó que no le genera ningún tipo de utilidad, las edades de los varones fluctúan en 38 y 40 años; mientras que las mujeres en 34 y 36.

En cuanto a los moradores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, que se informan a través del noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 51% lo prefiere porque le permite estar enterado de los acontecimientos nacionales y regionales, el 39% lo consume porque le permite opinar sobre los hechos noticiosos que ocurren día a día, mientras que el 10% considera que no le genera ninguna utilidad.

Del 51% de pobladores que prefieren consumir el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central porque le permite estar enterado de los acontecimientos nacionales y regionales, en su mayoría los varones se encuentran entre 26 y 28 y las mujeres entre 36 y 38 años. Al 39% de moradores que le permite opinar sobre los hechos noticiosos que ocurren día a día, las mujeres se encuentran entre 36 y 38 años, mientras que los varones entre 32 y 34, mientras que el 10% que refiere que no le genera ninguna utilidad, las edades de los varones fluctúan entre 24 y 26 y las mujeres entre 38 y 40 años.

Cuadro general 4: Tipo de noticia que los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote prefieren consumir en el noticiero por el que se informan.

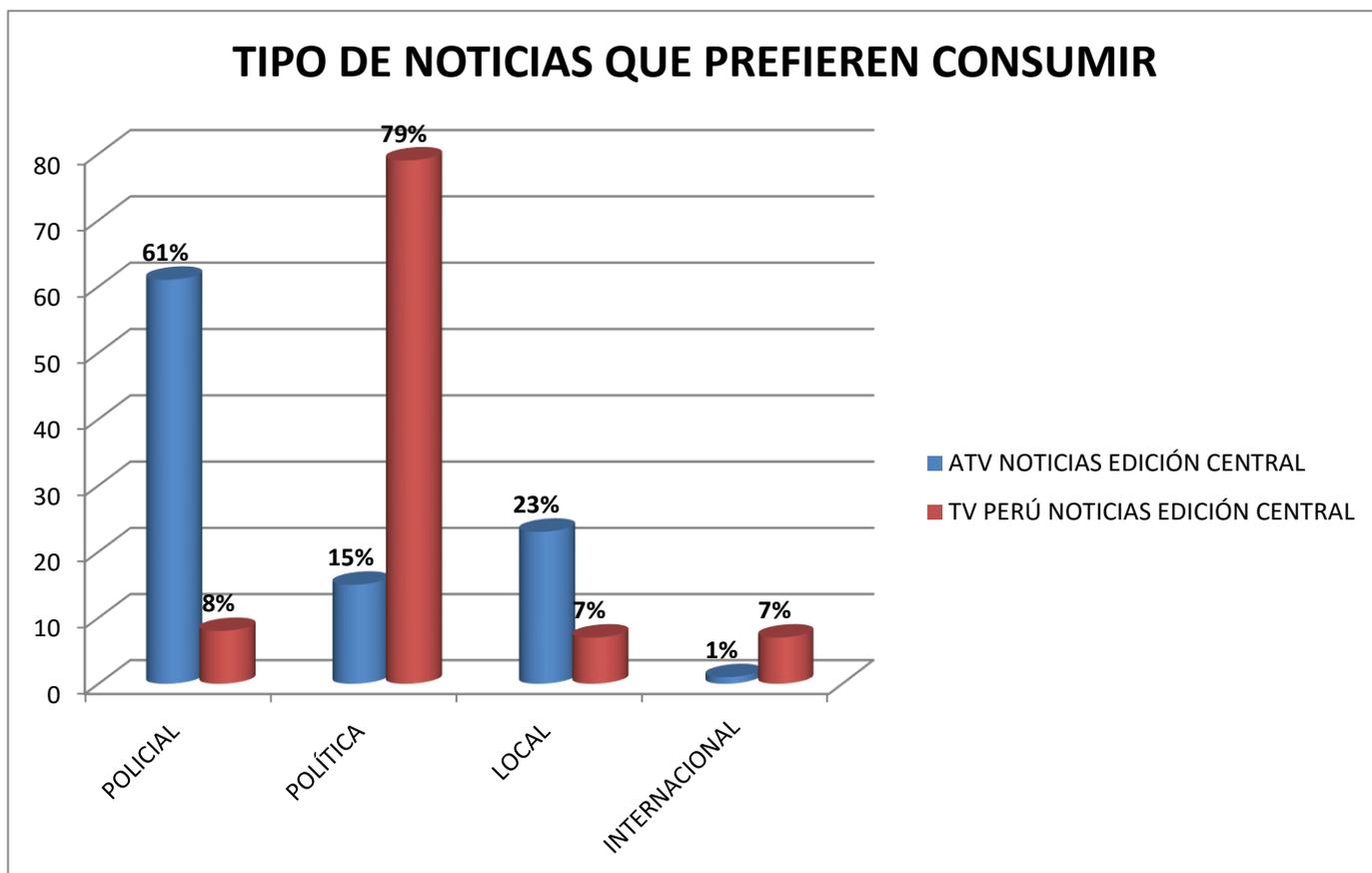
EADAES	¿QUÉ TIPO DE NOTICIA USTED PREFERE CONSUMIR EN EL NOTICIERO POR EL QUE SE INFORMA?																		
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL														TOTAL				
	FEMENINO							MASCULINO							TIPO DE NOTICIA	F	PORCENTAJE		
	POLICIAL		POLÍTICA		LOCAL		INTERNACIONAL	POLICIAL		POLÍTICA		LOCAL		INTERNACIONAL					
F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P				
18-20	1	1.14	1	8.30	0	0	0	0	7	50	0	0	0	0	0	0	POLICIAL	102	60.71
20-22	7	7.95	0	0	0	0	0	0	0	2	14.29	6	18.75	0	0				
22-24	10	11.36	2	16.67	2	33.33	0	0	0	0	0	3	9.38	0	0				
24-26	8	9.09	0	0	4	66.67	0	0	3	21.43	0	0	7	21.88	0	0	POLITICA	26	15.48
26-28	12	13.64	5	41.67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
28-30	9	10.23	0	0	0	0	0	0	0	0	5	35.71	5	15.63	0	0			
30-32	17	19.32	0	0	0	0	0	0	0	0	3	21.43	7	21.88	0	0	LOCAL	38	22.62
32-34	8	9.09	4	33.33	0	0	0	0	1	7.14	0	0	0	0	2	100			
34-36	9	10.23	0	0	0	0	0	0	0	0	4	28.57	4	12.50	0	0			
36-38	5	5.68	0	0	0	0	0	0	2	14.29	0	0	0	0	0	0	INTERNACIONAL	2	1.19
38-40	2	2.27	0	0	0	0	0	0	1	7.14	0	0	0	0	0	0			
SUB-TOTAL	88	100	12	100	6	100	0	0	14	100	14	100	32	100	2	100	TOTAL	168	100

EDADES	¿QUÉ TIPO DE NOTICIA USTED PREFIERE CONSUMIR EN EL NOTICIERO POR EL QUE SE INFORMA?																					
	TV PERU NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL														TOTAL							
	FEMENINO								MASCULINO								TIPO DE NOTICIA	F	PORCENTAJE			
	POLICIAL		POLÍTICA		LOCAL		INTERNACIONAL		POLICIAL		POLÍTICA		LOCAL		INTERNACIONAL							
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P				
18-20	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	POLICIAL	13	7.74			
20-22	0	0	2	2.77	0	0	0	0	1	9.09	0	0	0	0	0	0						
22-24	0	0	12	16.66	1	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
24-26	0	0	30	41.66	0	0	0	0	0	0	9	15	0	0	0	0	POLITICA	132	78.57			
26-28	1	50	0	0	1	20	0	0	2	18.18	0	0	0	0	0	0						
28-30	0	0	3	4.16	0	0	0	0	0	0	1	1.67	2	33.33	9	81.82						
30-32	0	0	0	0	3	60	0	0	3	27.27	40	66.67	0	0	0	0	LOCAL	11	6.55			
32-34	0	0	0	0	0	0	1	100	2	18.18	10	16.67	2	33.33	0	0						
34-36	0	0	20	22.77	0	0	0	0	0	0	0	0	2	33.33	0	0						
36-38	1	50	0	0	0	0	0	0	3	27.27	0	0	0	0	0	0	INTERNACIONAL	12	7.14			
38-40	0	0	3	4.16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	18.18						
SUB-TOTAL	0	0	2	2.77	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
	2	100	72	100	5	100	1	100	11	100	60	100	6	100	11	100	TOTAL	168	100			

Cuadro 4: Tipo de noticia que los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote prefieren consumir en el noticiero por el que se informan.

¿QUÉ TIPO DE NOTICIA USTED PREFERE CONSUMIR EN EL NOTICIERO POR EL QUE SE INFORMA?				
TIPO DE NOTICIAS	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
POLICIAL	102	61	13	8
POLÍTICA	26	15	132	79
LOCAL	38	23	11	7
INTERNACIONAL	2	1	12	7
TOTAL	168	100	168	100

Figura N° 4: Distribución porcentual del tipo de noticia que debería ser más difundida en los noticieros de televisión nocturnos nacionales según los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que se informan a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 61 % prefiere las noticias policiales, un 23% locales; mientras que el 15% y 1% las informaciones políticas e internacionales correspondientemente.

Del 61% de moradores de este sector del distrito sureño, que prefieren las noticias policiales, en su mayoría los varones se encuentran entre 18 y 20 años y las edades mujeres oscilan entre 30 y 32, el 23% que prefiere noticias locales en su mayoría las mujeres y varones están entre 24 y 26 años; y el 15% y 1% que prefieren noticias de corte político e internacional respectivamente, en su mayoría los varones y las mujeres están entre 32 y 34 años.

En cuanto a los pobladores que se informan a través del noticiero de televisión Tv Perú Noticias Edición Central, el 79% de moradores prefiere consumir noticias políticas, un 8% informaciones policiales y un 7% noticias locales e internacionales.

Del 79% de vecinos que prefiere consumir informaciones políticas, en su mayoría las edades de los varones están entre 30 y 32 años y las mujeres en 24 y 26; el 8% de moradores prefieren noticias policiales en su mayoría los varones y mujeres se encuentran entre 36 y 38 años, y el 7% que prefiere noticias locales e internacional sus edades fluctúan entre 30 y 32 años.

Cuadro general 5: La presentación de noticias que difunde el noticiero por el que usted prefiere informarse recurre a muchas fuentes:

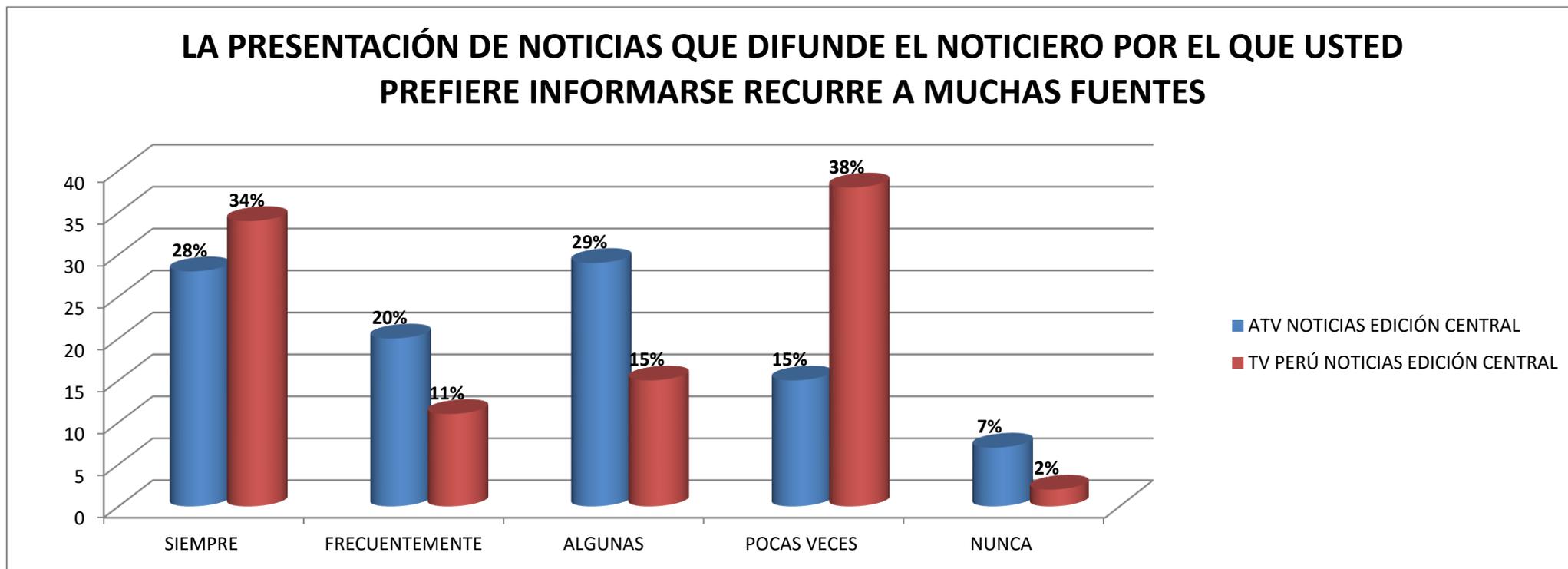
E DA D ES	LA PRESENTACIÓN DE NOTICIAS QUE DIFUNDE EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE RECURRE A MUCHAS FUENTES:																								
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL																				TOTAL				
	MASCULINO 62										FEMENINO 106										USO DE FUENTES	F	%		
	SIEMPRE		FRECUENTEM ENTE		ALGUNAS		POCAS VECES		NUNCA		SIEMPRE		FRECUENTEM ENTE		ALGUNAS		POCAS VECES		NUNCA						
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P					
18-20	4	50	3	50	0	0	0	0	0	0	2	5.13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	SIEMPRE	47	27.98
20-22	0	0	0	0	5	22.73	0	0	0	0	0	0	7	25	0	0	0	0	0	0	0	0			
22-24	2	25	0	0	2	9.09	0	0	0	0	10	25.64	0	0	4	14.81	0	0	0	0	0	0	ALGUNAS	49	29.17
24-26	2	25	0	0	5	22.73	5	33.33	0	0	5	12.82	0	0	0	0	7	63.64	0	0	0	0			
26-28	0	0	1	16.67	0	0	7	46.67	0	0	6	15.38	5	17.86	6	22.22	0	0	0	0	0	0	NUNCA	12	7.14
28-30	0	0	0	0	0	0	0	0	5	45.45	4	10.26	3	10.71	2	7.41	0	0	0	0	0	0			
30-32	0	0	0	0	7	31.82	0	0	5	45.45	5	12.82	4	14.29	5	18.52	2	18.18	1	100	0	0			
32-34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	7.69	0	0	9	33.33	0	0	0	0	0	0			
34-36	0	0	2	33.33	3	13.64	0	0	0	0	0	0	9	32.14	0	0	0	0	0	0	0				
36-38	0	0	0	0	0	0	2	13.33	1	9.09	3	7.69	0	0	0	0	2	18.18	0	0	0				
38-40	0	0	0	0	0	0	1	6.67	0	0	1	2.56	0	0	1	3.70	0	0	0	0	0				
SUB-TOTAL	8	100	6	100	22	100	15	100	11	100	39	100	28	100	27	100	11	100	1	100					

E D A D E S	LA PRESENTACIÓN DE NOTICIAS QUE DIFUNDE EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE RECORRE A MUCHAS FUENTES:																							
	TV PERÙ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL																			TOTAL				
	MASCULINO										FEMENINO 80									USO DE FUENTES	F	%		
	SIEMPRE		FRECUENTE MENTE		ALGUNAS		POCAS VECES		NUNCA		SIEMPRE		FRECUENTE MENTE		ALGUNAS		POCAS VECES		NUNCA					
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F				P	
18-20	3	16.67	0	0	0	0	0	0	0	20	51.28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	SIEMPRE	57	33.93
20-22	0	0	2	20	0	0	15	37.50	3	75	0	0	3	37.50	0	0	0	0	0	0	0			
22-24	3	16.67	0	0	2	12.50	0	0	0	0	0	0	0	2	22.22	0	0	0	0	0	0	ALGUNAS	25	14.88
24-26	0	0	2	20	0	0	0	0	0	0	0	2	25.00	0	0	12	50	0	0	0	0			
26-28	2	11.11	3	30	0	0	0	0	0	0	13	33.33	0	0	4	44.44	0	0	0	0	0	NUNCA	4	2.38
28-30	0	0	0	0	4	25.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
30-32	6	33.33	0	0	8	50.00	8	20	0	0	6	15.38	0	0	0	0	8	33.33	0	0	0			
32-34	0	0	0	0	0	0	2	5	0	0	0	0	1	12.50	0	0	0	0	0	0	0			
34-36	0	0	2	20	0	0	5	12.50	1	25	0	0	0	0	3	33.33	0	0	0	0	0			
36-38	4	22.22	0	0	2	12.50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
38-40	0	0	1	10	0	0	10	25	0	0	0	0	2	25.00	0	0	4	16.67	0	0	0			
SUB-TOTAL	18	100	10	100	16	100	40	100	4	0	39	100	8	100	9	100	24	100	0	0	0			

Cuadro 5: La presentación de noticias que difunde el noticiero por el que usted prefiere informarse recurre a muchas fuentes:

LA PRESENTACIÓN DE NOTICIAS QUE DIFUNDE EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE RECURRE A MUCHAS FUENTES:				
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	47	27.98	57	33.93
FRECUENTEMENTE	34	20.24	18	10.71
ALGUNAS	49	29.17	25	14.88
POCAS VECES	26	15.48	64	38.10
NUNCA	12	7.14	4	2.38
TOTAL	168	100%	168	100%

Figura N° 5: Distribución porcentual sobre el uso de fuentes periodísticas que realizan los reporteros del noticiero nocturno nacional por el que usted prefiere informarse.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 29% menciona que este informativo recurre siempre a muchas fuentes, el 28% de vecinos refieren que los reporteros de este noticiero consultan frecuentemente a muchas fuentes, mientras que un 20% y 15% dijeron que en este noticiero se recurren a veces y pocas veces a muchas fuentes y un 7% menciona que en este informativo los periodistas nunca recurre a muchas fuentes.

El 29% de vecinos que menciona que en las informaciones del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central se recurre siempre a muchas fuentes, en su mayoría las edades de los varones fluctúan entre 18 y 20 años y las mujeres en 22 y 24. El 28% de moradores que refirió que frecuentemente los periodistas de este noticiero recurren a muchas fuentes, las edades de las mujeres se hallan entre 34 y 36 años y los varones entre 18 y 20; el 20% de vecinos que indicaron que el noticiero por el que prefieren informarse recurre a veces a muchas fuentes, en su mayoría las mujeres se hallan entre 32 y 34 y los varones 30 y 32; mientras que el 15% de moradores que menciona que pocas veces recurre a muchas fuentes, las edades de los varones está entre 24 y 26 años y las mujeres en 26 y 28 y el 7% de vecinos que indica que nunca recurren a muchas fuentes, las edades de las mujeres se encuentran entre 30 y 32 años y los varones en 28 y 30.

En cuanto a los pobladores que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 38% de moradores refirieron que pocas veces dicho noticiero recurre a muchas fuentes, otro 34% refirió que siempre recurren a muchas fuentes, mientras que un 15% de vecinos dijo que los periodistas de este informativo recurren algunas a muchas fuentes y una reducida cifra de un 11% y 2% mencionaron que frecuentemente y nunca los comunicadores sociales recurren a muchas fuentes.

El 38% de vecinos que refirió que en el noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central los periodistas recurren pocas veces a muchas fuentes periodísticas, las edades de los varones se hallan entre 20 y 22 años y las mujeres en 24 y 26. El 34% de moradores que indicaron que los comunicadores de este informativo utilizan siempre muchas fuentes, las edades de las mujeres oscilan entre 18 y 20 años y los varones en 30 y 32. El 15% de vecinos que dijo que los periodistas recurren algunas veces a muchas fuentes, las edades de los varones está entre 30 y 32 años y las mujeres en 26 y 28. Un 11% de moradores menciona que frecuentemente los comunicadores sociales de este noticiero recurren frecuentemente a muchas fuentes, las edades de las mujeres se encuentran entre 20 y 22 años y los varones en 26 y 28; mientras que el 2% de los vecinos refirió que los periodistas de este noticiero nunca recurre a muchas fuentes, las edades de las mujeres y varones se encuentran entre 20 y 22 años.

Cuadro general 6: Los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, fueron consultados si les parece atractiva la forma en la que los conductores presentan las noticias en el noticiero por el que prefieren informarse.

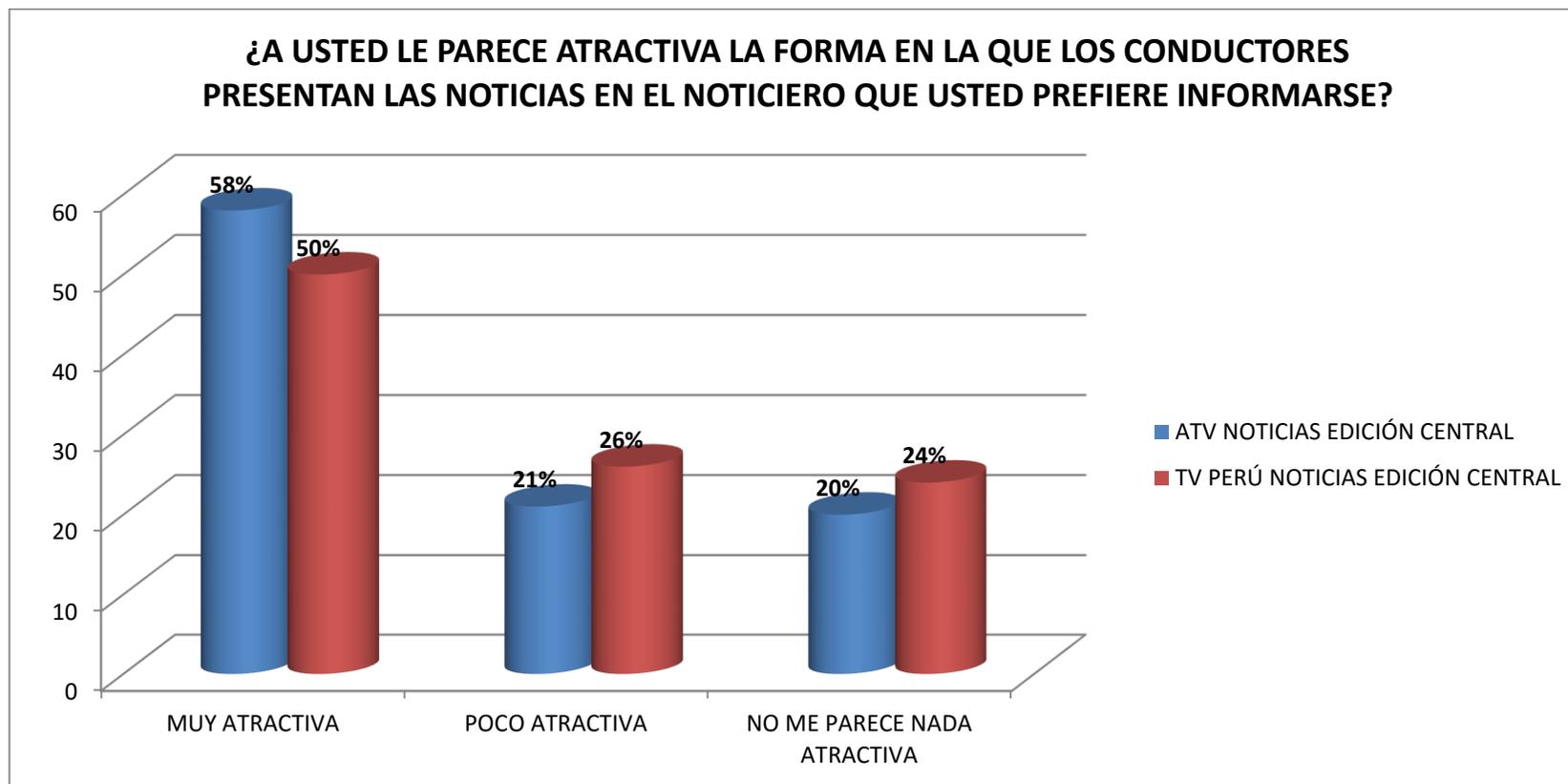
E DADES	¿A USTED LE PARECE ATRACTIVA LA FORMA EN LA QUE LOS CONDUCTORES PRESENTAN LAS NOTICIAS EN EL NOTICIERO QUE USTED PREFERE INFORMARSE?														
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL											TOTAL			
	FEMENINO						MASCULINO								
	MUY ATRACTIVA		POCO ATRACTIVA		NO ME PARECE NADA ATRACTIVA		MUY ATRACTIVA		POCO ATRACTIVA		NO ME PARECE NADA ATRACTIVA		ALTERNATIVAS		F
18-20	2	3.33	0	0	0	0	0	0	3	20	0	0	MUY ATRACTIVA	98	58.33
20-22	0	0	6	28.57	0	0	18	47.37	2	13.33	0	0			
22-24	10	16.67	0	0	4	16	0	0	0	0	0	0			
24-26	2	3.33	5	23.81	5	20	0	0	0	0	2	22.22			
26-28	6	10	4	19.05	7	28	1	2.63	0	0	0	0	POCO ATRACTIVA	36	21.43
28-30	5	8.33	0	0	4	16	4	10.53	0	0	4	44.44			
30-32	12	20	0	0	5	20	0	0	0	0	3	33.33			
32-34	9	15	3	14.29	0	0	8	21.05	0	0	0	0	NO ME PARECE NADA ATRACTIVA	34	20.24
34-36	10	16.67	0	0	0	0	7	18.42	0	0	0	0			
36-38	2	3.33	3	14.29	0	0	0	0	6	40	0	0			
38-40	2	3.33	0	0	0	0	0	0	4	26.67	0	0			
SUB-TOTAL	60	100	21	100	25	100	38	100	15	100	9	100	TOTAL	168	100

EIDADES	¿A USTED LE PARECE ATRACTIVA LA FORMA EN LA QUE LOS CONDUCTORES PRESENTAN LAS NOTICIAS EN EL NOTICIERO QUE USTED PREFERE INFORMARSE?														
	TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL											TOTAL			
	FEMENINO 80					MASCULINO 88						ALTERNATIVAS	F	%	
	MUY ATRACTIVA		POCO ATRACTIVA		NO ME PARECE NADA ATRACTIVA		MUY ATRACTIVA		POCO ATRACTIVA		NO ME PARECE NADA ATRACTIVA				
18-20	2	3.64	0	0	0	0	3	10.34	0	0	0	0	MUY ATRACTIVA	84	50
20-22	0	0	3	21.43	0	0	0	0	2	6.90	0	0			
22-24	1	1.82	0	0	1	9.09	0	0	0	0	9	30			
24-26	11	20	1	7.14	0	0	0	0	0	0	2	6.67			
26-28	3	5.45	0	0	0	0	0	0	5	17.24	0	0	POCO ATRACTIVA	43	25.60
28-30	24	43.64	7	50	6	54.55	2	6.90	4	13.79	5	16.67			
30-32	0	0	1	7.14	0	0	0	0	7	24.14	14	46.67			
32-34	2	3.64	0	0	0	0	18	62.07	2	6.90	0	0			
34-36	3	5.45	0	0	1	9.09	3	10.34	0	0	0	0	NO ME PARECE NADA ATRACTIVA	41	24.40
36-38	9	16.36	0	0	3	27.27	2	6.90	9	31.03	0	0			
38-40	0	0	2	14.28	0	0	1	3.45	0	0	0	0			
SUB-TOTAL	55	100	14	100	11	100	29	100	29	100	30	100	TOTAL	168	100

Cuadro 6: Los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, fueron consultados si les parece atractiva la forma en la que los conductores presentan las noticias en el noticiero por el que prefieren informarse.

¿A USTED LE PARECE ATRACTIVA LA FORMA EN LA QUE LOS CONDUCTORES PRESENTAN LAS NOTICIAS EN EL NOTICIERO QUE USTED PREFIERE INFORMARSE?				
ALTERNATIVAS	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
MUY ATRACTIVA	98	58	84	50
POCO ATRACTIVA	36	21	43	26
NO ME PARECE NADA ATRACTIVA	34	20	41	24
TOTAL	168	100	168	100

Figura N° 6: Distribución porcentual sobre la forma en que los conductores presentan las informaciones en el noticiero por el que prefieren informarse, los pobladores entre 18 y 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 58% menciono que le parece muy atractiva la forma en que los conductores del noticiero presentan las informaciones, el 21% refiere que le parece poco atractiva; mientras que al 20% no le parece nada atractiva.

El 58% de vecinos que menciona que le parece muy atractiva la forma en la que los conductores presentan las informaciones en el noticiero nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, en su mayoría las edades de las mujeres fluctúan entre 30 y 32 años y los varones entre 20 y 22. El 21% de ciudadanos que dijo que le parece poco atractiva, las edades de las mujeres está entre 20 y 22 años y los varones en 36 y 38; mientras que el 20% de moradores que refirió que no le parece nada atractiva, la mayoría de varones se hallan entre 26 y 28 y las mujeres entre 28 y 30.

En cuanto a los ciudadanos que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 50% de moradores refiere que le parece muy atractiva la forma en que los conductores presentan las noticias: mientras que al 26% le parece poco atractiva y al 20% no le parece nada atractiva la forma los conductores presentan las informaciones.

El 50% de vecinos que menciono que le parece muy atractiva la forma en la que los conductores presentan las noticias, las edades de las mujeres se encuentran entre 28 y 30 años y los varones en 32 y 34 años, mientras que el 26% que menciono que le parece poco atractiva, las edades de la mayoría de los varones se encuentran entre 36 y 38 años y la de las mujeres entre 28 y 30 y un 24% indico que no le parece nada atractiva la forma en la que los conductores presentan las informaciones, de los cuales la mayoría de varones se encuentran entre 30 y 32 años y las edades mujeres en 28 y 30.

Cuadro general 7: Excesos que los pobladores entre 18 y 40 años de la urbanización Nicolás Garatea, han observado se presenta al difundirse las informaciones en el noticiero por el que prefiere informarse.

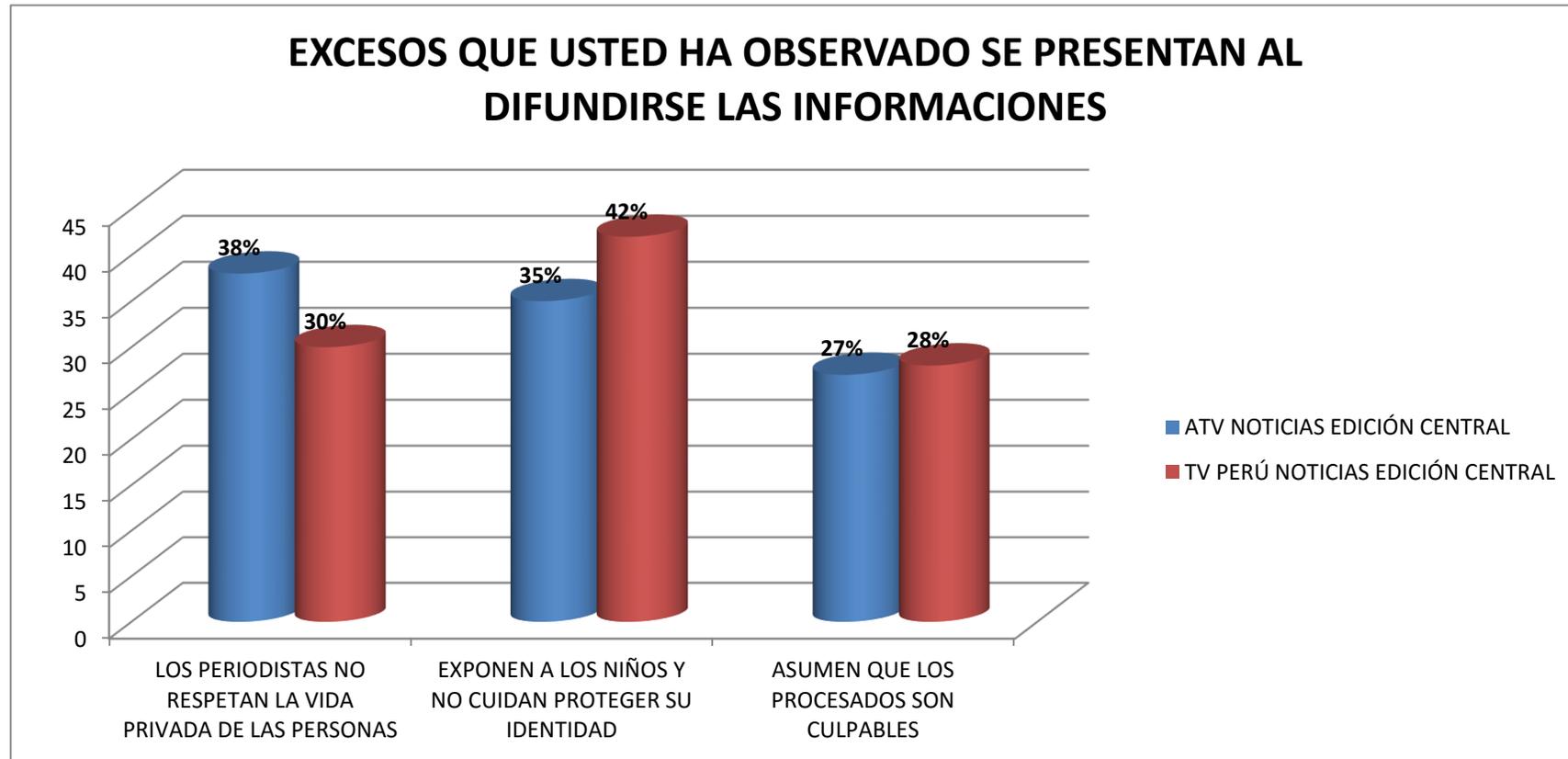
E DADES	¿QUÉ TIPO DE EXCESO USTED HA OBSERVADO QUE SE PRESENTA AL DIFUNDIRSE LAS INFORMACIONES EN EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE?														
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL											TOTAL			
	MASCULINO 62						FEMENINO						PROPUESTA	F	%
	LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.		EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.		ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.		LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.		EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.		ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.				
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P			
18-20	0	0	0	0	0	0	2	4.76	0	0	0	0	LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.	63	37.50
20-22	1	4.76	0	0	0	0	0	0	4	13.79	3	8.57			
22-24	2	9.52	0	0	0	0	7	16.67	2	6.90	5	14.29			
24-26	2	9.52	0	0	1	9.09	3	7.14	3	10.34	6	17.14			
26-28	3	14.29	12	40	0	0	6	14.29	6	20.69	5	14.29	EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.	59	35.12
28-30	1	4.76	8	26.67	0	0	4	9.52	2	6.90	3	8.57			
30-32	5	23.81	10	33.33	5	45.45	5	11.90	5	17.24	7	20			
32-34	0	0	0	0	0	0	10	23.81	1	3.45	1	2.86			
34-36	3	14.29	0	0	3	27.27	3	7.14	4	13.79	2	5.71	ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.	46	27.38
36-38	1	4.76	0	0	1	9.09	1	2.38	2	6.90	2	5.71			
38-40	3	14.29	0	0	1	9.09	1	2.38	0	0	1	2.86			
SUB-TOTAL	21	100	30	100	11	100	42	100	29	100	35	100	TOTAL	168	100

E DADES	¿QUÉ TIPO DE EXCESO USTED HA OBSERVADO QUE SE PRESENTA AL DIFUNDIRSE LAS INFORMACIONES EN EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE?															
	TV PERU NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL											TOTAL				
	MASCULINO						FEMENINO						PROPUESTA	F	%	
	LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.		EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.		ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.		LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.		EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.		ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.					
F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P			
18-20	3	15	0	0	10	25	10	33.33	0	0	0	0				
20-22	0	0	2	7.14	0	0	0	0	6	13.95	0	0	LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.	50	29.76	
22-24	2	10	5	17.86	2	5	0	0	1	2.33	2	28.57				
24-26	1	5	1	3.57	0	0	0	0	2	4.65	0	0				
26-28	0	0	0	0	5	12.5	3	10	0	0	0	0	EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.	71	42.26	
28-30	1	5	6	21.43	20	50	2	6.66	1	2.33	1	14.29				
30-32	1	5	12	42.86	1	2.5	13	43.33	0	0	0	0				
32-34	8	40	0	0	2	5	2	6.66	0	0	0	0	ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.	47	27.98	
34-36	3	15	0	0	0	0	0	0	1	2.33	0	0				
36-38	1	5	1	3.57	0	0	0	0	30	69.77	4	57.14				
38-40	0	0	1	3.57	0	0	0	0	2	4.65	0	0				
SUB-TOTAL	20	100	28	100	40	100	30	100	43	100	7	100	TOTAL	168	100	

Cuadro 7: Excesos que los pobladores entre 18 y 40 años de la urbanización Nicolás Garatea, han observado se presenta al difundirse las informaciones en el noticiero por el que prefiere informarse.

¿QUÉ TIPO DE EXCESO USTED HA OBSERVADO QUE SE PRESENTA AL DIFUNDIRSE LAS INFORMACIONES EN EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE?				
EXCESOS	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
LOS PERIODISTAS NO RESPETAN LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS.	63	37.50	50	29.76
EXPONEN A LOS NIÑOS Y NO CUIDAN PROTEGER SU IDENTIDAD.	59	35.12	71	42.26
ASUMEN QUE LOS PROCESADOS SON CULPABLES.	46	27.38	47	27.98
TOTAL	168	100	168	100

Figura N° 7: Excesos que los pobladores entre 18 y 40 años de la urbanización Nicolás Garatea, han observado se presenta al difundirse las informaciones en el noticiero por el que prefiere informarse.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 38% de vecinos de este sector refieren que el tipo de exceso que han observado en las informaciones es que los periodistas no respetan la vida privada de las personas, el 35% considera que se expone a los niños y no cuidan proteger su identidad; mientras que el 27% indica que el exceso que más comenten los periodistas de este noticiero es que asumen que los procesados son culpables.

El 38% de vecinos que considera que uno de los excesos que cometen los periodistas en las informaciones periodísticas es que no respetan la vida privada de las personas, en su mayoría las edades de las mujeres fluctúan entre 32 y 34 años y los varones entre 30 y 32. El 35% refirió que uno de los excesos que han observado en las informaciones es que los comunicadores exponen a los niños y no cuidan proteger su identidad, en su mayoría las edades de las mujeres y los varones se encuentran entre 26 y 28 años; mientras que el 27% de moradores considera que el exceso que han observado en las informaciones se refiere a que se asume que los procesados son culpables, las edades de la mayoría de varones se hallan entre 30 y 32 y las mujeres en 30 y 32.

En cuanto a los ciudadanos que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 42% de moradores considera que el tipo de exceso que se observa en este noticiero es que los periodistas exponen a los niños y no cuidan proteger su identidad, en su mayoría las edades de las mujeres se encuentran entre 36 y 38 y los varones en 30 y 32; mientras que el 30% de los vecinos refieren que el exceso que se puede visualizar en las noticias que transmite el informativo es que los periodistas no respetan la vida privada de las personas, en su mayoría las edades de las mujeres se hallan entre 30 y 32 años y la de los varones en 32 y 34 y el 28% menciona que el exceso que se observa en las informaciones es que los

comunicadores asumen que los procesados son culpables, las edades de las mujeres se encuentran entre 36 y 38 años y los varones en 28 y 30.

Cuadro general 8: Los pobladores de 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea opinan si las informaciones que difunde el noticiero por el que prefiere informarse son trascendentes.

EDADES	¿CONSIDERA USTED QUE LAS INFORMACIONES QUE DIFUNDE EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE SON TRASCENDENTES?																							
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL																				TOTAL			
	MASCULINO										FEMENINO										ALTERNATIVAS	F	%	
	SIEMPRE		EVENTUAL MENTE		USUALMENTE		POCAS VECES		NUNCA		SIEMPRE		EVENTUALMENTE		USUALMENTE		POCAS VECES		NUNCA					
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P				
18-20	4	28.57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5.13	0	0	0	0	SIEMPRE	41	24.40
20-22	0	0	0	0	5	22.73	0	0	0	0	0	0	7	25	0	0	0	0	0	0	0			
22-24	0	0	0	0	2	9.09	0	0	0	0	4	14.81	0	0	10	25.64	0	0	0	0	EVENTUALMENTE	28	16.67	
24-26	0	0	0	0	5	22.73	5	33.33	0	0	0	0	0	0	5	12.82	0	0	7	63.64	USUALMENTE	61	36.31	
26-28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	22.22	5	17.86	6	15.38	0	0	0	0				
28-30	10	71.43	0	0	0	0	0	0	5	45.45	2	7.41	3	10.71	4	10.26	0	0	0	0				
30-32	0	0	0	0	7	31.82	0	0	5	45.45	5	18.52	4	14.29	5	12.82	1	100	2	18.18	POCAS VECES	16	9.52	
32-34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	33.33	0	0	3	7.69	0	0	0	0				
34-36	0	0	0	0	3	13.64	7	46.67	0	0	0	0	9	32.14	0	0	0	0	0	0				
36-38	0	0	0	0	0	0	2	13.33	1	9.09	0	0	0	0	3	7.69	0	0	2	18.18	NUNCA	22	13.10	
38-40	0	0	0	0	0	0	1	6.67	0	0	1	3.70	0	0	1	2.56	0	0	0	0				
SUB-TOTAL	14	100	0	0	22	100	15	100	11	100	27	100	28	100	39	100	1	100	11	100	TOTAL	168	100	

E D A D E S	¿CONSIDERA USTED QUE LAS INFORMACIONES QUE DIFUNDE EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE SON TRASCENDENTES?																						
	TV PERÙ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL																				TOTAL		
	MASCULINO 88										FEMENINO 80										ALTERNATIVAS	F	%
	SIEMPRE		EVENTUAL MENTE		USUALMENTE		POCAS VECES		NUNCA		SIEMPRE		EVENTUALMENTE		USUALMENTE		POCAS VECES		NUNCA				
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P			
18-20	3	18.75	0	0	0	0	0	0	0	2	12.5	0	0	0	0	13	76.47	0	0	SIEMPRE	32	19.05	
20-22	0	0	2	20	0	0	0	0	6	33.33	0	0	3	16.67	0	0	0	0	0				0
22-24	3	18.75	0	0	2	20	14	41.18	0	0	6	37.50	0	0	2	6.90	0	0	0	0	EVENTUALMENTE	28	16.67
24-26	0	0	2	20	0	0	0	0	0	0	0	0	2	11.11	0	0	0	0	0	0			
26-28	2	12.50	3	30	0	0	0	0	0	0	0	0	3	18.75	0	0	4	13.79	0	0	USUALMENTE	39	23.21
28-30	0	0	0	0	4	40	3	8.82	0	0	0	0	7	38.89	11	37.93	0	0	0	0			
30-32	6	37.50	0	0	2	20	0	0	4	22.22	1	6.25	0	0	0	0	2	11.76	0	0	POCAS VECES	51	30.36
32-34	0	0	0	0	0	0	16	47.06	0	0	0	0	1	5.56	0	0	0	0	0	0			
34-36	0	0	2	20	0	0	1	2.94	0	0	0	0	0	0	3	10.34	0	0	0	0	NUNCA	18	10.71
36-38	4	25	0	0	2	20	0	0	8	44.44	4	25	4	22.22	0	0	2	11.76	0	0			
38-40	0	0	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5.56	9	31.03	0	0	0	0			
SUB-TOTAL	16	100	10	100	10	100	34	100	18	100	16	100	18	100	29	100	17	100	0	0	TOTAL	168	100

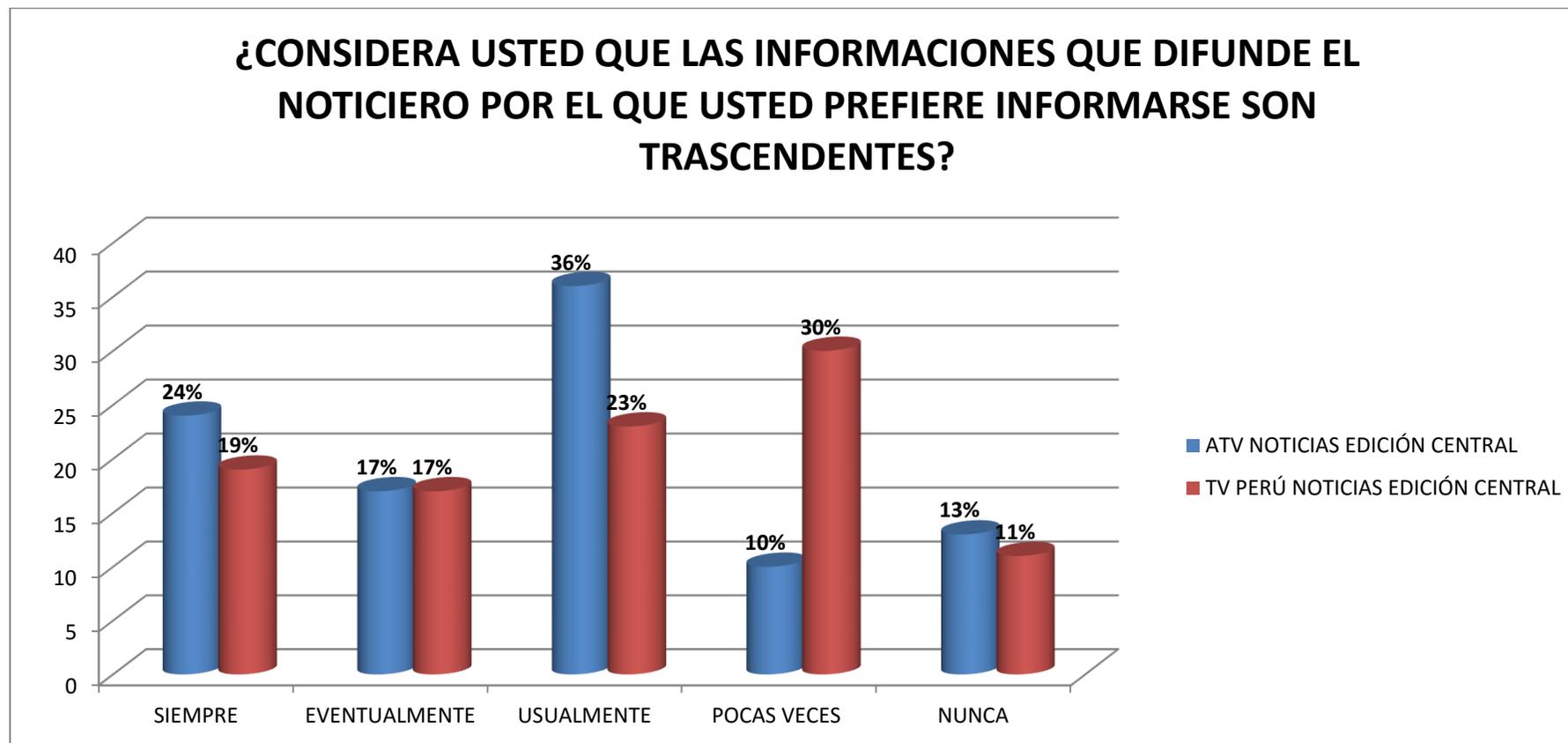
Cuadro 8: Los pobladores de 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea opinan si las informaciones que difunde el noticiero por el que prefiere informarse son trascendentes.

¿CONSIDERA USTED QUE LAS INFORMACIONES QUE DIFUNDE EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE SON TRASCENDENTES?				
ALTERNATIVAS	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	41	24	32	19
EVENTUALMENTE	28	17	28	17
USUALMENTE	61	36	39	23
POCAS VECES	16	10	51	30
NUNCA	22	13	18	11
TOTAL	168	100%	168	100%

Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Figura N° 8: Distribución porcentual de los pobladores de 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea quienes opinan si las informaciones que se difunde en el noticiero por el que prefiere informarse son trascendentes.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 36% considera que las noticias son usualmente trascendentes, el 24% refiere que las informaciones que se difunden son siempre trascendentes, el 17% considera que las noticias son eventualmente trascendentes, un 13% considera que las noticias que se difunden nunca son trascendentes, mientras que un 10% considera que las informaciones son pocas veces trascendentes.

El 36% de moradores que considera que las noticias son usualmente trascendentes, en su mayoría las edades de las mujeres se encuentran entre 22 y 24 años y los varones entre 30 y 32, el 24% que refiere que las informaciones que se difunden son siempre trascendentes, los varones se hallan entre las edades de 28 y 30 años y las mujeres entre 32 y 34, el 17% que considera que las noticias son eventualmente trascendentes, las edades de la mayoría de los varones se encuentran entre 28 y 30 años y las mujeres 32 y 34, mientras que un 13% considera que las noticias que se difunden nunca son trascendentes, las edades de la mayoría de los varones se encuentran en 30 y 32 años y las mujeres en 32 y 34 y el 10% considera que las informaciones son pocas veces trascendentes, las edades de las mujeres se encuentran entre 30 y 32 años y los varones en 34 y 36 años.

En cuanto a los vecinos de la urbanización Nicolás Garatea en el distrito de Nuevo Chimbote, que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 30% de ciudadanos refirió que las informaciones que se transmiten son pocas veces trascendentes, un 23% considera que usualmente este informativo difunde noticias trascendentes, el 19% considera que las informaciones que se difunden son siempre trascendentes, mientras que el 10% considera que las noticias que se difunden son pocas veces trascendentes.

El 30% de moradores que considera que las noticias pocas veces son trascendentes, en su mayoría las edades de las mujeres se encuentran entre 18 y 20 años y los varones entre 32 y 34, el 23% que refiere que las informaciones que se difunden son usualmente trascendentes, las edades de los varones y las mujeres fluctúan entre 28 y 30 años, el 19% que considera que las noticias son siempre trascendentes, las edades de la mayoría de los varones se encuentran entre 30 y 32 años y las mujeres 22 y 24, mientras que un 17% considera que las noticias que se difunden eventualmente trascendentes, las edades de la mayoría de los varones se encuentran en 26 y 28 años y las mujeres en 28 y 30 y el 11% considera que las informaciones nunca son trascendentes, las edades de las mujeres y varones se hallan entre 20 y 12 años.

Cuadro general 9: Los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote opinaron sobre la cantidad de informaciones policiales que le brinda el noticiero por el que prefiere informarse.

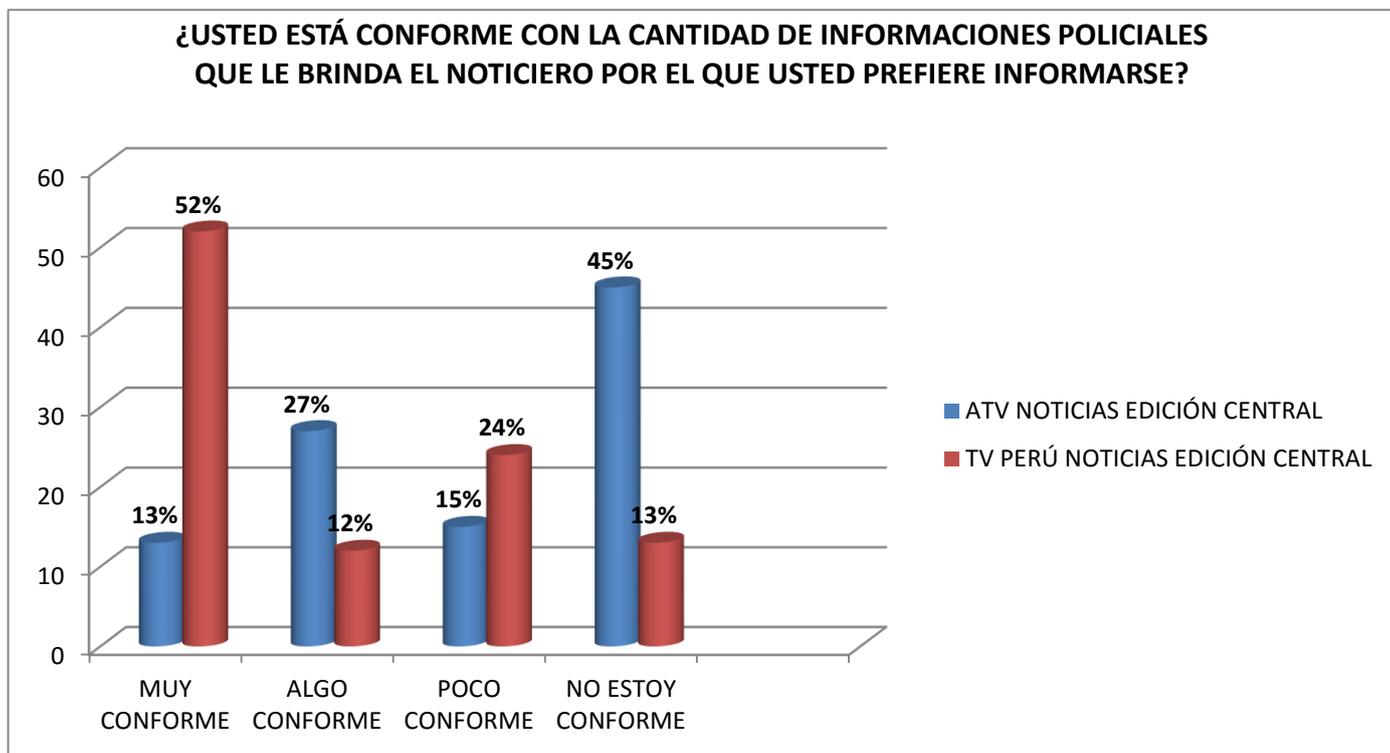
E DADES	¿USTED ESTÁ CONFORME CON LA CANTIDAD DE INFORMACIONES POLICIALES QUE LE BRINDA EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE?																		
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL																TOTAL		
	FEMENINO								MASCULINO								F	%	
	MUY CONFORME	ALGO CONFORME	POCO CONFORME	NO ESTOY CONFORME	MUY CONFORME	ALGO CONFORME	POCO CONFORME	NO ESTOY CONFORME	MUY CONFORME	ALGO CONFORME	POCO CONFORME	NO ESTOY CONFORME							
18-20	0	0	0	0	0	0	2	4	3	25	5	33.33	0	0	0	0	MUY CONFORME	22	13
20-22	0	0	7	22.58	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	72			
22-24	0	0	0	0	4	26.67	10	20	0	0	0	0	0	0	0	0	ALGO CONFORME	46	27
24-26	0	0	5	16.13	5	33.33	2	4	4	33.33	0	0	2	20	0	0			
26-28	0	0	4	12.90	1	6.67	6	12	0	0	0	0	0	0	1	4	POCO CONFORME	25	15
28-30	4	40	0	0	0	0	5	10	0	0	0	0	4	40	0	0			
30-32	0	0	0	0	5	33.33	12	24	5	41.67	0	0	3	30	0	0	NO ESTOY CONFORME	75	45
32-34	0	0	3	9.68	0	0	9	18	0	0	0	0	0	0	6	24			
34-36	6	60	9	29.03	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	168	100
36-38	0	0	3	9.68	0	0	2	4	0	0	6	40	0	0	0	0			
38-40	0	0	0	0	0	0	2	4	0	0	4	26.67	0	0	0	0			
SUB-TOTAL	10	100	31	100	15	100	50	100	12	100	15	100	10	100	25	100			

EDADES	¿USTED ESTÁ CONFORME CON LA CANTIDAD DE INFORMACIONES POLICIALES QUE LE BRINDA EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE?																		
	TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL														TOTAL				
	FEMENINO							MASCULINO							ALTERNATIVAS				
	MUY CONFORME		ALGO CONFORME		POCO CONFORME		NO ESTOY CONFORME		MUY CONFORME		ALGO CONFORME		POCO CONFORME		NO ESTOY CONFORME		F	%	
18-20	2	5	0	0	0	0	7	35	3	6.38	0	0	0	0	1	100	MUY CONFORME	87	51.79
20-22	0	0	3	30	0	0	0	0	0	0	2	20	0	0	0	0	ALGO CONFORME	20	11.90
22-24	15	37.50	0	0	1	10	0	0	0	0	0	0	9	30	0	0			
24-26	1	2.50	1	10	0	0	3	15	4	8.51	0	0	2	6.67	0	0	POCO CONFORME	40	23.81
26-28	3	7.50	0	0	0	0	0	0	0	0	5	50	0	0	0	0			
28-30	9	22.5	0	0	5	50	2	10	7	14.89	0	0	5	16.67	0	0	NO ESTOY CONFORME	21	12.50
30-32	0	0	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0	14	46.67	0	0			
32-34	2	5	0	0	0	0	5	25	7	14.89	2	20	0	0	0	0	TOTAL	168	100
34-36	0	0	3	30	1	10	0	0	13	27.66	0	0	0	0	0	0			
36-38	1	2.50	0	0	3	30	2	10	12	25.53	0	0	0	0	0	0	SUB-TOTAL	40	100
38-40	7	17.50	2	20	0	0	1	5	1	2.13	1	10	0	0	0	0			
SUB-TOTAL	40	100	10	100	10	100	20	100	47	100	10	100	30	100	1	100			

Cuadro 9: Los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote opinaron sobre la cantidad de informaciones policiales que le brinda el noticiero por el que prefiere informarse.

¿USTED ESTÁ CONFORME CON LA CANTIDAD DE INFORMACIONES POLICIALES QUE LE BRINDA EL NOTICIERO POR EL QUE USTED PREFERE INFORMARSE?				
ALTERNATIVAS	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY CONFORME	22	13	87	52
ALGO CONFORME	46	27	20	12
POCO CONFORME	25	15	40	24
NO ESTOY CONFORME	75	45	21	13
TOTAL	168	100	168	100

Figura N° 9: Distribución porcentual sobre los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote quienes opinaron sobre la cantidad de informaciones policiales que le brinda el noticiero por el que prefiere informarse.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 45% refiere que no está conforme con la cantidad de informaciones policiales, el 27% opina que está algo conforme; mientras que el 15% considera que esta poco conforme con la cantidad de noticias de corte policial y el 13% indico que está muy conforme.

El 45% de moradores que refiere que no está conforme con la cantidad de informaciones policiales, las edades de la mayoría de las mujeres se encuentran entre 30 y 32 años y los varones entre 20 y 22, el 27% opina que está algo conforme las edades de las mujeres están entre 34 y 36 años y los varones entre 36 y 38; mientras que el 15% considera que esta poco conforme con la cantidad de noticias de corte policial, las edades de las mujeres se encuentran entre 24 y 26 años y los varones entre 28 y 30, y finalmente solo el 13% indico que está muy conforme las edades de los varones encuestados se encuentran entre 20 y 22 años y las mujeres entre 30 y 32.

En cuanto a los vecinos de la urbanización Nicolás Garatea en el distrito de Nuevo Chimbote, que prefiere informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 52% dijeron estar muy conformes con la cantidad de informaciones de corte policial que se difunden en este noticiero, el 24% menciono que está poco conforme; mientras que el 13% refirió que no está conforme y el 12% menciono que está algo conforme.

El 52 % de vecinos que indico que está conforme con la cantidad de informaciones policiales, las edades de la mayoría de las mujeres se encuentran entre 22 y 24 años y los varones entre 34 y 36, el 24% opina que está poco conforme las edades de las mujeres están entre 28 y 30 años y los varones entre 30 y 32; mientras que el 13% considera que no está conforme con la cantidad de noticias de corte policial, las edades de las mujeres y los varones se encuentran entre 18 y 20 años, y el 12% indico que está algo conforme, las edades de los

varones encuestados se encuentran entre 26 y 28 años y las mujeres entre 20 y 22.

Cuadro general 10: Los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote opinaron sobre las noticias que no tienen suficiente espacio en los noticieros nocturnos nacionales.

EDADES	¿EN SU OPINIÓN QUE NOTICIAS NO TIENEN SUFICIENTE ESPACIO EN EL NOTICIERO POR EL QUE USTED SE INFORMA?																						TOTAL		
	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL																				ALTERNATIVAS	F	%		
	MASCULINO										FEMENINO														
	DEPORTES		FARÁNDULA		ECONÓMICAS		TECNOLOGÍA		OTROS		DEPORTES		FARÁNDULA		ECONÓMICAS		TECNOLOGÍA		OTROS						
F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P						
18-20	4	14.29	2	16.67	0	0	0	0	0	0	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	DEPORTES	48	28.57	
20-22	8	28.57	0	0	5	45.45	0	0	0	0	0	0	7	22.58	0	0	0	0	0	0	0				
22-24	2	7.14	0	0	2	18.18	0	0	0	0	0	0	0	0	24	57.14	0	0	0	0	FARÁNDULA	43	25.60		
24-26	2	7.14	0	0	0	0	0	0	0	0	5	25	0	0	0	0	7	63.64	1	50					
26-28	3	10.71	1	8.33	0	0	0	0	0	0	0	0	5	16.13	6	14.29	0	0	0	0	ECONÓMICAS	53	31.55		
28-30	0	0	0	0	0	0	0	0	5	45.45	4	20	3	9.68	2	4.76	0	0	0	0					
30-32	3	10.71	0	0	0	0	0	0	5	45.45	5	25	4	12.90	5	11.90	2	18.18	1	50	TECNOLOGÍA	11	6.55		
32-34	0	0	2	16.66	0	0	0	0	0	0	3	15	0	0	4	9.52	0	0	0	0					
34-36	0	0	7	58.33	3	27.27	0	0	0	0	0	0	9	29.03	0	0	0	0	0	0					
36-38	3	10.71	0	0	0	0	0	0	1	9.09	0	0	0	0	1	2.38	2	18.18	0	0	OTROS	13	7.74		
38-40	3	10.71	0	0	1	9.09	0	0	0	0	1	5	3	9.68	0	0	0	0	0	0					
SUB-TOTAL	28	100	12	100	11	100	0	0	11	100	20	100	31	100	42	100	11	100	2	100	TOTAL	168	100		

¿EN SU OPINIÓN QUE NOTICIAS NO TIENEN SUFICIENTE ESPACIO EN EL NOTICIERO POR EL QUE USTED SE INFORMA?

TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL

TOTAL

EDADES

MASCULINO

FEMENINO

ALTERNATIVAS

F

%

DEPORTES

FARÁNDULA

ECONÓMICAS

TECNOLOGICAS

OTRAS

DEPORTES

FARÁNDULA

ECONÓMICAS

TECNOLOGICAS

OTRAS

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

F

P

18-20

3

8.82

0

0

0

0

0

0

0

0

2

33.33

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

DEPORTES

40

23.81

20-22

0

0

2

9.52

0

0

0

0

0

0

0

0

3

37.50

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

FARÁNDULA

29

17.26

22-24

3

8.82

0

0

2

12.50

4

23.53

0

0

0

0

0

0

2

25.00

0

0

5

71.43

12

40

0

ECONÓMICAS

45

26.79

24-26

0

0

2

9.52

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

TECNOLOGÍA

24

14.29

26-28

12

35.29

3

14.29

0

0

0

0

3

50

0

0

7

24.14

0

0

2

6.67

0

0

0

0

0

0

OTRAS

30

17.86

28-30

0

0

0

0

4

25

3

17.65

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

2

28.57

0

0

0

0

TOTAL

168

100

30-32

6

17.65

8

38.10

8

50

0

0

0

0

1

16.67

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

OTRAS

30

17.86

32-34

0

0

0

0

0

0

2

11.76

0

0

0

0

1

12.50

7

24.14

0

0

0

0

0

0

0

0

OTRAS

30

17.86

34-36

0

0

2

9.52

0

0

1

5.88

0

0

0

0

0

0

3

10.34

0

0

16

53.33

0

0

0

0

OTRAS

30

17.86

36-38

10

29.41

3

14.29

2

12.50

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

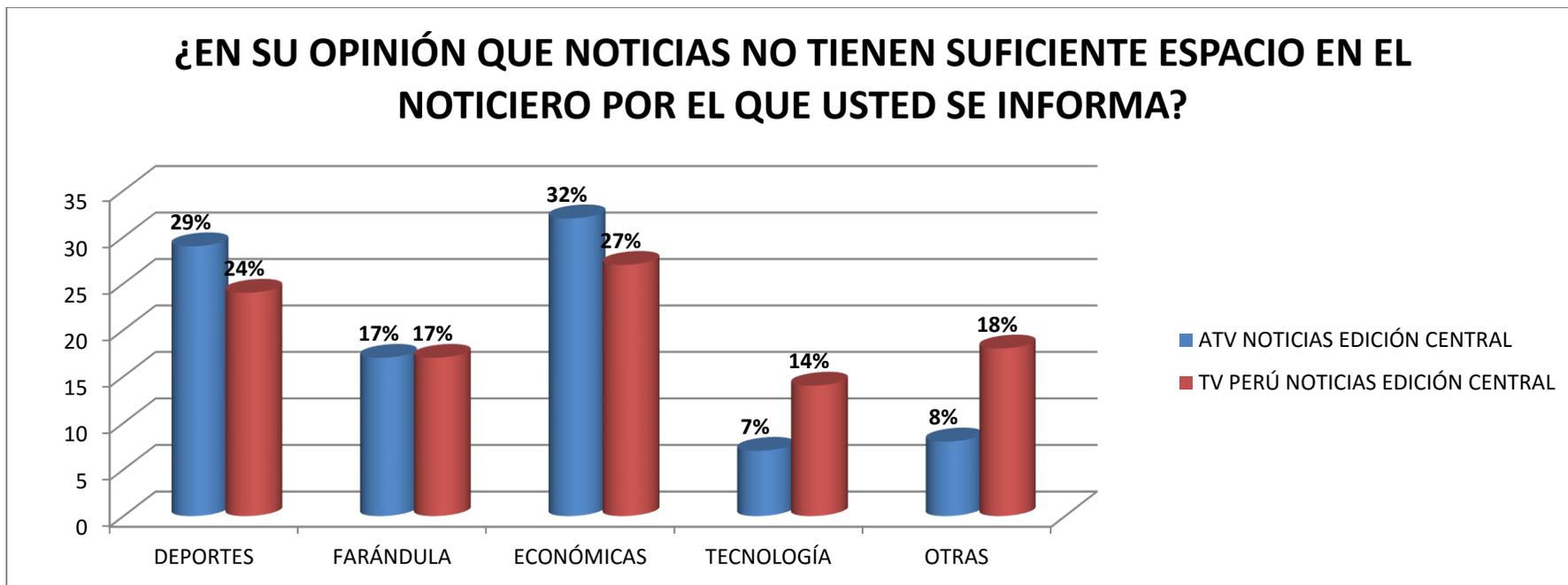
OTRAS

30

Cuadro 10: Los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote opinaron sobre las noticias que no tienen suficiente espacio en los noticieros nocturnos nacionales.

¿EN SU OPINIÓN QUE NOTICIAS NO TIENEN SUFICIENTE ESPACIO EN EL NOTICIERO POR EL QUE USTED SE INFORMA?				
ALTERNATIVAS	ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL		TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DEPORTES	48	29	40	24
FARÁNDULA	29	17	29	17
ECONÓMICAS	53	32	45	27
TECNOLOGICAS	11	7	24	14
OTRAS	13	8	30	18
TOTAL	168	100	168	100

Figura N° 10: Distribución porcentual sobre los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que opinaron sobre las noticias que no tienen suficiente espacio en los noticieros nocturnos nacionales.



Fuente: Encuesta realizada a 336 pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.

Elaboración: Investigadora

Interpretación:

De los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central, el 32% opino que la noticia que no tiene suficiente espacio en este noticiero es la información económica, el 29% de vecinos de esta zona considera que la información que no tiene suficiente espacio es la noticia deportiva; mientras que el 17% la información de farándula, un reducido 7% considera que la información que no tiene suficiente cobertura es la noticia que está vinculada a la tecnología y el 8% de moradores opina que hay otras informaciones que también no tienen suficiente espacio en el noticiero.

El 32% de moradores que opina que la noticia que no tiene suficiente espacio en este noticiero es la información económica, en su mayoría las edades de las mujeres se encuentran entre 22 y 24 años y los varones en 20 y 22, el 29% de vecinos considera que la información que no tiene suficiente espacio es la noticia deportiva, en su mayoría las mujeres que vertieron esta apreciación se encuentran entre 30 y 32 años y los varones en 20 y 32; mientras que el 17% considera que la noticia de farándula es la que no tiene suficiente espacio, en su mayoría las edades de los varones se encuentran entre 34 y 36 años y en las mujeres entre 20 y 22, el 7% de los moradores indicaron que las informaciones vinculadas con la tecnología no tienen suficiente espacio, las edades de las mujeres y los varones se hallan entre 24 y 26 años, y el 8% de moradores opina que hay otras informaciones que también no tienen suficiente espacio en el noticiero, las edades de los varones que vertieron esta apreciación se encuentra entre 28 y 30 y las mujeres en 24 y 26.

En cuanto a los vecinos de la urbanización Nicolás Garatea en el distrito de Nuevo Chimbote, que prefieren informarse a través del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central, el 27% opino que la noticia que no tiene suficiente espacio en este noticiero es la información económica, el 24% de vecinos de esta zona considera que la información que no tiene

suficiente espacio es la noticia deportiva; mientras que el 18% otras informaciones, un 17% la información de farándula y el 14% de moradores opina que la información que no tiene suficiente espacio es la que tiene relación con la tecnología.

El 27% de moradores que opina que la noticia que no tiene suficiente espacio es la información económica, en su mayoría las edades de las mujeres se encuentran entre 22 y 24 años y los varones en 30 y 32, el 24% de vecinos considera que la información que no tiene suficiente espacio es la noticia deportiva, en su mayoría las edades de las mujeres y los varones se encuentran entre 26 y 28 años; mientras que el 18% considera que hay otras informaciones que no cuentan con suficiente espacio en este noticiero, en su mayoría las edades de los varones y mujeres se encuentran entre 34 y 36 años. Un 17% de ciudadanos considera que la información que tiene suficiente espacio es la información de farándula, las edades de los varones se encuentran entre 26 y 28 años y las mujeres en 20 y 22 y un 14% de moradores opina que la información que cuenta con suficiente espacio es la de carácter tecnológica, las edades de los varones y mujeres se encuentra entre 22 y 24 años.

4.2 Discusión

- ✓ Queda clara la política informativa de los medios privados diferencia notable de las políticas informativas de los medios estatales respectivamente, esto se entiende fundamentalmente por un tema comercial ya que está directamente relacionada la oferta informativa de los canales privados con los intereses comerciales lo que es una tendencia en este tipo de medios, diferente caso ocurre con el canal del Estado, el cual por naturaleza administrativa privilegia más las noticias políticas ligada al partido de gobierno.

Del Río Reynaga (1997) afirma que una de las noticias que ocupa un lugar privilegiado en muchos noticieros es la referente a accidentes, crímenes, asaltos y delitos en general, debido al interés que este tipo de información despierta en la ciudadanía, sobre todo cuando estos acontecimientos ocurren cerca de ella. Dentro del ámbito periodístico este tipo de informaciones han sido catalogadas como noticias policiales, esto se verifica en el cuadro N° 01 donde se verifica que el 67% de las informaciones del noticiero de televisión nocturno nacional de Atv Noticias Edición Central pertenecen a informaciones policiales, mientras que en el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central sucede lo contrario las informaciones que ocupan un primer lugar son las noticias políticas con un 46% y las noticias policiales tienen un 17% de cobertura.

- ✓ La naturaleza del canal del Estado deja evidencia que este medio de comunicación recurre a fuentes institucionales en su mayoría por su línea y porque los periodistas tienen las facilidades para cubrir actividades oficiales, una ventaja que evidentemente no tienen los colegas de los medios privados para querer alcanzar la misma información resultando complicado.

Aquí entran dos elementos importantes: la dirección periodística y la limitación que muchas veces asumen los propios periodistas para abordar determinados temas.

El canal que administra el gobierno de turno expone a los actores sociales en su rol activo, en tanto sus declaraciones o expresiones satisfagan los intereses y esfuerzos que desarrolla el gobierno de turno, con lo que no evidencia este trabajo con espontaneidad; sin embargo en el caso de los medios privados se reconoce por teoría que se trabaja con fuentes espontaneas entendiendo como tal a la sociedad civil que le presenta en su rol más pasivo (víctimas de tragedias, tipo social) víctima de la mala administración de políticas estatales , pero muy pocas veces se les destaca en su rol activo y propositivo.

López. M (1995) afirma que existe una clasificación de fuentes informativas las cuales se encuentran relacionadas con el recojo de la información periodística, en el cuadro N° 02 se verifica que los comunicadores sociales del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central consultan en un 57% las fuentes espontaneas, mientras que los periodistas del noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central consultan en un 76% las fuentes institucionales.

- ✓ Queda comprobado una vez más la atracción de determinados sectores sociales hacia la oferta informativa de temas policiales. No es exagerado afirmar que la oferta de este tipo de noticias ya se ha convertido en una costumbre por parte de los consumidores, al margen de la calidad de las mismas.

Málaga. N (2008) sustenta que la nota policial engancha en todos los sectores sociales e incluso que los sectores C/D son los más interesados en consumir noticias de crímenes que se comenten en los sectores más

pudientes de nuestra sociedad, como una forma de compensar las tremendas diferencias económicas y emocionales que separan a ambos sectores como consecuencia de la lucha de clases, esto se respalda en el cuadro N° 4 en el que el 61% de los vecinos de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote prefieren este tipo de información de corte policial.

- ✓ Queda claro y se deja en evidencia que los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote van entendiendo que no les están brindando oferta informativa que no tiene ni importancia ni trascendencia, pidiendo incluso noticias que vayan más acorde a la solución de sus problemas sociales.

Estremadoyro. J (2004) argumenta que en el medio periodístico no existen noticias positivas y menos negativas sino que considera a la noticia importante o trascendente, pues en algunos casos no coincide con la realidad, los medios de comunicación manejan interés y son los económicos lo que reflejan un periodismo en el que el ciudadano no es considerado, esto se refleja en el cuadro 8 en el que el 30% y 36% de los vecinos de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote consideran que las informaciones que difunden los noticieros nocturnos nacionales usualmente y pocas veces son trascendentes; por lo cual piden que les brinden mayor espacio a las informaciones económicas y deportivas lo cual se refleja en el cuadro 10.

CONCLUSIONES

- ✓ Queda evidenciado que el noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central es un noticiero de carácter policial, pues el 67% de las informaciones corresponden a este tipo de noticias, mientras que el noticiero nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central es de línea informativa política, en razón de que el 42% de sus informaciones corresponden a este tipo de información.
- ✓ Existe relación entre la oferta informativa del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, porque el tipo de hechos que se difunden en este medio de comunicación, con más frecuencia, es de corte policial, que los ciudadanos prefieren consumir.
- ✓ La oferta informativa del noticiero de televisión nocturno nacional Tv Perú Noticias Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote guardan relación, debido a que la información más difundida en este noticiero es la de carácter política la misma que los vecinos privilegian y prefieren consumir.
- ✓ Los pobladores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote presentan una evidente simpatía hacia el consumo de noticias policiales, las mismas que aparecen en el primer lugar de preferencia entre todas las demás informaciones que se presentan en los noticieros.

- ✓ La mayoría de las fuentes consultadas por los periodistas del noticiero de televisión nocturno nacional Atv Noticias Edición Central son espontaneas, en la que el ciudadano aparece como víctima de un suceso no controlable entre ellas accidentes de tránsito, asesinatos entre otras informaciones, y escasamente aparece como constructor del suceso.
- ✓ Los periodistas del noticiero nocturno de televisión nacional Tv Perú Noticias Edición Central consultaron en su mayoría fuentes institucionales, en la presentación del hecho se privilegian a las fuentes institucionales, es decir; ponen su acento en la acción del poder público y el ciudadano aparece como un agente pasivo.
- ✓ Los moradores de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote piden más noticias trascendentes sobre hechos relacionados con valores, triunfos, avances o progreso en los contenidos de los noticieros nocturnos nacionales, porque consideran que estas informaciones contribuyen a proponer medidas de solución a las problemáticas sociales.
- ✓ Los vecinos piden que los noticieros de televisión nocturnos nacionales les brinden mayor espacio a las noticias económicas y deportivas.
- ✓ Los ciudadanos de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, piden que los periodistas respeten la vida privada de las personas, no expongan a los niños y protejan su identidad y no asuman que los procesados son culpables.

RECOMENDACIONES

- ✓ Sugiero a los responsables del área de prensa de los noticieros locales y nacionales brindar mayor cobertura al ciudadano de a pie como constructor de la noticia y con ello pueda plantear medidas de solución a los problemas que aquejan a su comunidad.
- ✓ Sugiero que los noticieros locales y nacionales utilicen con más frecuencia el informe, un formato de producción que requiere una investigación rigurosa y la consulta a varias fuentes de información. La periodicidad debería ser semanal.
- ✓ Propongo que los noticieros locales y nacionales deberían emitir informaciones que resalten los logros de los ciudadanos, organizaciones civiles, instituciones públicas y privadas; porque es importante también desarrollar la iniciativa ciudadana.
- ✓ Recomiendo que durante la semana, se promuevan espacios de debate sobre temas de interés colectivo, considerando a diversos actores sociales que aborden el tema y permitan una mayor información del público sobre temas relevantes.
- ✓ Las Escuelas de Comunicación Social de la ciudad deben involucrar el tema de participación ciudadana como parte de los contenidos de los cursos relacionados a periodismo dentro proceso de construcción de mensajes.
- ✓ Sugiero que los responsables del área de prensa de los noticieros nocturnos locales y nacionales promueva reuniones con los dirigentes vecinales para conocer las problemáticas que les preocupan y logrando así

obtener información valiosa que puede ser aprovechada para el contenido de los informativos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros.

- Baudres, E. (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós Saicf.
- Broughton, Irv. (1990). *Productores en acción*. México: Edit. Prisma.
- Estremadoyro, J. (2004). *Lecciones de Periodismo Televisivo*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. (modelo)
- García, V. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Gutiérrez, M. (2003). *Géneros Informativos en Televisión*. Lima: Fondo de Desarrollo.
- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Llanos, S. (1993). *Periodismo Informativo*. Trujillo: Municipalidad de Trujillo.
- Martínez, S. (2002). *Periodismo noticia y noticiabilidad*. Distrito Federal: Fondo.
- Miralles, A. (2002). *La construcción de lo Público desde el Periodismo Cívico*. Cali: Norma.
- Nívea, R. (1994). *Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Noelle, E. (1995). *La espiral del silencio*. Madrid: Paidós.
- Requejo, J. (2007). *Una llamada a la responsabilidad de las audiencias en el periodismo participativo*. Bogotá: Santa Fe.
- Rivadeneira, R. (1976). *La Opinión Pública*. Distrito Federal: Trillas.

- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la Comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas*. Madrid: Universidad Autónoma de Barcelona
- Rojas, I. (1997). *Introducción al estudio de la Comunicación*. Lima: Universidad San Marcos.
- Sánchez, A. (2008). *Los contenidos de los Medios de Comunicación, Calidad, rentabilidad y competencia*. Barcelona Deusto.
- Tuesta, F. (1999). *No sabe no opina*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vásquez, D. (1992). *Manual de la Comunicación Moderna*. Lima: V.B.E.I.R.L.
- Viya, M. (1994). *El director de televisión*. Distrito Federal: Trillas.

ARTICULOS DE REVISTAS.

- Aguilar, G. (1998). *Comunicar en la actualidad más allá de los medios masivos. El receptor, como protagonista*. Latina de Comunicación Social, 5, 2-4.
- Avogadro, M. (2003). *Fuentes informativas y el periodismo científico*. Razón y Palabra, 2, 30-31.
- Ayerdi, K. (2005). *Periodismo Ciudadano: Voces paralelas a la profesión periodística*. Latinoamericana de Comunicaciones Chasqui, 90,51-57.
- Chávez, I. (2003). *Opinión Pública, Agenda Democracia y Derechos Humanos. Filosofía. Derecho y Política*, 7,3-18
- Fernández, M. (2003). *Periodismo Cívico: Pasado, presente y futuro*. Latinoamericana de Comunicación Chasqui, 7,2-5.
- Lara, T. (2005). *Hacia una televisión más participativa*. Comunicación, 3-5.
- Málaga, N. (2008). *Público Consumidor de crónica roja*. Comunicación Contratexto, 6, 7-36.

- Median, M. (2002). *La oferta democrática de la información*. Latina de Comunicación Social, 21,8-15.
- Medina, H. (1999). *Moda, sensacionalismo y agenda-setting*. Latina de Comunicación Social, 20,4-9.
- Meso, A. (2005). *Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística*. Latinoamericana de Comunicaciones Chasqui, 90,51-57.
- Ortiz, L. (2002). *La observación de medios en la construcción de una comunicación sostenible en Colombia*. Revista de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, 50-67.
- Ramonet, I. (2007). *El periodismo del nuevo siglo*. Revista Razón y Palabra, 41,9-13.
- Renne, D. (2007). *En su ensayo sobre “La propuesta informativa de la televisión paceña”*. Revista “Razón y Palabra”, 12, 4-7.
- Soto, V. (2005). *La Televisión Rosa: amarillismo y telebasura*. Latinoamericana de Comunicaciones Chasqui, 52 – 57.
- Zepeda, J. (2007). *El derecho a la comunicación*. Latinoamericana de Comunicaciones Chasqui, 7,24-31.

OTROS DOCUMENTOS.

- Brito, G.(2010). *“Influencia que ejercen los noticieros de TC Televisión en los telespectadores”*. Cuenca: Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, Universidad Politécnica Salesiana (inédito).
- Consulta Ciudadana Información: *Los ciudadanos tienen la palabra* (2008). Lima: Veeduría Ciudadana de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria (inédito).
- Correa, C. (2006). *Nuestra TV Televisión y espacio público Polo de sociabilidad*. Guadalajara: Ponencia presentada en el seminario de Provocaciones 2, Universidad de Guadalajara (inédito).

- Cruz, V. (2005). *“Violencia en los medios masivos de comunicación: Una propuesta artística a partir de la imagen recontextualizada”*. Puebla: Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de las Américas Puebla (inédito).
- Ferrer, R.(2014). *“Las implicancias de ser un canal de todos los peruanos. La construcción de agenda periodística en TV Perú desde la perspectiva de sus funcionarios públicos, sus periodistas y los ciudadanos del distrito rural de Maras”*. Lima: Tesis para optar el Título de Licenciado en la especialidad de Comunicación para el Desarrollo, Pontificia Universidad Católica del Perú (inédito).
- Guzmán, R. (2003). *Medios de Comunicación como empresa ¿calidad para quién?*. Calí: Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana (inédito).
- Hromic, H. (2007). *“Una Mirada al Periodismo Participativo”*. Santiago: Tesis para optar el Título de Magister en Ciencias de la Computación, Universidad de Concepción (inédito).
- Hernández, L.(2007). *“Estudio de la calidad de los noticieros de la televisión local en Nuevo León, México: El caso de multimedios televisión, Televisión Azteca Noreste y Televisa Monterrey”*. Monterrey: Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Regiomontana (inédito).
- Prada, J. (2010). *“Impacto de los noticieros televisivos de señal abierta en los estudiantes de nivel secundario de 14 a 18 años de la Institución Educativa José Granda del distrito de San Martín de Porres”*. Lima: Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de San Marcos.
- Rayén, I. (2013). *“El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa”*.

Santiago: Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica de Chile (inédito).

- Siesquen, M. (2001). *Modelos de la Comunicación. Barcelona*: Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona (inédito).
- Urrea, J. (2001). *Producción de Noticias en Medios Escritos y Televisivos de el Salvador*. Salvador: Tesis para optar el Título de Magister en Ciencias Política, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas de San Salvador (inédito).
- Vásconez, Andrea.(2013). *“Reestructuración del Noticiero Hechos y Noticias del canal municipal TV 5 Guaranda, en base al análisis de las audiencias, dirigido para todo tipo de público”*. Quito: Tesis para optar el Título de Licenciado en de Ingeniera en Producción de Televisión y Multimedia, Universidad Tecnológica Israel (inédito).

ANEXOS

MATRIZ DE CONTINGENCIA

Investigación Correlacional Transeccional

Título: “LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA OFERTA INFORMATIVA DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN NOCTURNOS NACIONALES ATV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y TV PERÚ NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL Y LAS NECESIDADES INFORMATIVAS DE LOS POBLADORES ENTRE 18 A 40 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN NICOLÁS GARATEA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, ENTRE FEBRERO – ABRIL DEL 2013”

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES			
<p>“La relación que existe entre la Oferta Informativa de los Noticieros de Televisión Nocturnos Nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central y las Necesidades Informativas de los pobladores entre 18 a 40 años de la Urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, entre Febrero – Abril del 2013”.</p>	<p>¿Cuál es la relación que existe entre la oferta informativa de los noticieros de televisión nocturnos nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Edición Central y las necesidades informativas de los pobladores entre 18 a 40 años de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, entre Febrero – Abril del 2013?</p>	<p>Clasificar el tipo de información más difundida por cada noticiero de televisión nocturno nacional.</p>	<p>La Oferta Informativa de los Noticieros de Televisión Nocturnos Nacionales Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias</p>	<p>Aspectos relacionados con los Medios de Comunicación</p>	<p>Medio como Empresa</p>			
		<p>Comparar los tipos de informaciones que presentan los noticieros de televisión Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central.</p>		<p>Desarrollo del Periodismo Televisivo</p>	<p>El Medio Periodístico</p>			
		<p>Analizar cuáles son los tipos de fuentes informativas a las que los noticieros Atv Noticias Edición Central y Tv Perú Noticias Edición Central recurren para elaborar sus noticias.</p>		<p>Géneros Televisivos.</p>	<p>Periodismo Televisivo en el Perú</p>			
		<p>Conocer las necesidades informativas de la población de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote.</p>		<p>Formatos Televisivos</p>	<p>Periodismo Televisivo en el Mundo</p>			
				<p>El Tratamiento de la Información</p>	<p>Clases de Géneros Noticiero</p>			
				<p>Fuentes informativas</p>	<p>Reportaje</p>			
		<p>Determinar las propuestas generadas por los pobladores respecto a sus necesidades informativas.</p>		<p>Periodismo y Democracia</p>	<p>Panel</p>	<p>Noticias positivas y noticias negativas</p>		
					<p>Los Medios y la Sociedad</p>	<p>Institucionales</p>		
						<p>Espon táneas</p>	<p>Derecho a la información</p>	
								<p>Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación</p>
								<p>Experiencias referente a los Medios de Comunicación</p>

ESTADÍSTICAS SOBRE EXPERIENCIAS REFERENTES A LOS MEDIOS TELEVISIVOS

1. Encuesta sobre actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y la televisión.



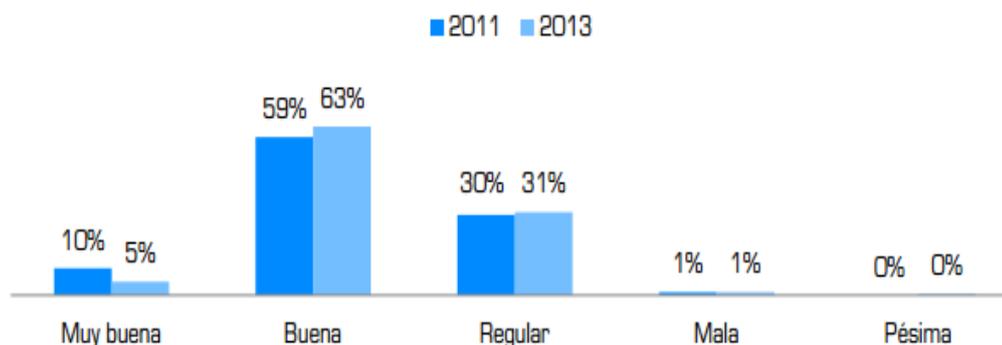
Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Julio, 2013.

ACUERDO O DESACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES EN RELACIÓN A LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN

	TOTAL	CIUDADES																
		Lima y Callao	AQP	Cusco	Chicl.	Iquit.	Truj.	Piura	Cajam.	Hyo.	Pucal.	Puno	Chimb.	Tacna	Huaraz	Ica	Ayac.	Hco.
Pasan muchas noticias de Lima	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
De acuerdo	85.3	84.5	94.7	86.8	93.3	66.7	77.3	93.4	93.8	86.0	96.0	74.2	94.7	98.5	92.9	82.1	88.4	98.2
En desacuerdo	13.3	14.3	2.9	11.5	6.0	31.8	18.9	6.2	5.1	10.2	3.8	20.7	4.2	0.2	5.3	17.5	10.9	1.8
No sabe / no opina	1.4	1.2	2.4	1.8	0.7	1.6	3.8	0.4	1.1	3.8	0.2	5.1	1.1	1.3	1.8	0.4	0.7	0.0
No se profundiza, no hay investigación																		
De acuerdo	43.9	39.8	52.0	65.9	54.5	38.7	66.0	69.7	67.8	57.6	61.9	63.8	51.8	59.0	37.1	51.1	59.1	69.0
En desacuerdo	47.8	52.1	32.5	28.9	37.9	54.4	27.6	25.7	19.3	32.9	34.1	26.4	40.4	18.5	36.2	46.0	35.1	29.9
No sabe / no opina	8.2	8.1	15.5	5.3	7.5	6.9	6.4	4.6	12.9	9.6	4.0	9.8	7.8	22.5	26.7	2.9	5.8	1.1
Es manejado por autoridades políticas																		
De acuerdo	63.4	62.2	53.8	68.7	74.3	44.9	73.6	74.6	76.9	68.4	75.6	63.1	78.9	49.6	51.2	73.2	71.6	74.3
En desacuerdo	25.5	27.5	21.2	22.9	17.5	45.1	17.1	15.3	11.3	6.7	18.8	17.8	12.2	13.2	25.8	18.8	13.3	16.2
No sabe / no opina	11.1	10.2	25.0	8.4	8.2	10.0	9.3	10.2	11.8	24.9	5.5	19.1	8.9	37.2	23.0	8.0	15.1	9.5
Es manejado por intereses empresariales																		
De acuerdo	69.1	69.0	45.4	77.8	84.7	44.4	75.1	86.5	83.1	63.1	82.9	62.9	83.3	38.5	50.6	69.9	69.1	80.1
En desacuerdo	18.3	19.2	23.7	15.0	9.1	43.1	14.2	8.4	6.9	6.4	10.6	17.3	7.8	15.0	24.5	20.8	12.7	8.0
No sabe / no opina	12.6	11.8	31.0	7.3	6.2	12.4	10.7	5.1	10.0	30.4	6.4	19.8	8.9	46.5	24.9	9.3	18.2	11.9

Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Julio, 2013.

Calificación de la programación de TV Perú



Respecto de los que ven TV Perú

Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Julio, 2013.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE TV PERÚ Y RADIO NACIONAL

	TOTAL	CIUDADES																
		Lima y Callao	AQP	Cusco	Chicl.	Iquit.	Truj.	Piura	Cajam.	Hyo.	Pucal.	Puno	Chimb.	Tacna	Huaraz	Ica	Ayac.	Hco.
TV PERÚ	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Todos los días	15.1	14.7	24.3	11.9	6.9	22.7	14.0	9.5	6.0	13.8	34.1	5.6	13.6	23.8	35.8	24.1	22.4	19.9
Algunos días a la semana	43.9	44.3	43.4	39.4	44.8	43.6	45.1	35.0	30.4	52.2	48.3	28.7	43.3	49.3	43.0	42.5	28.7	53.1
Algunas veces al mes	18.2	17.6	18.1	24.7	18.8	20.7	20.7	31.2	14.4	22.4	12.4	29.6	10.4	18.9	6.4	19.7	33.8	19.9
Nunca	22.8	23.5	14.2	24.0	29.5	13.1	20.2	24.3	49.2	11.6	5.1	36.2	32.7	7.9	14.8	13.7	15.1	7.1
RADIO NACIONAL																		
Todos los días	3.6	3.7	3.3	5.7	0.4	3.6	6.7	0.4	0.4	3.1	7.3	4.7	1.6	0.0	4.2	3.5	5.6	4.9
Algunos días a la semana	16.5	18.2	9.3	20.0	5.3	12.9	10.0	5.3	2.4	18.7	13.7	18.2	6.7	5.5	15.0	10.4	10.4	16.4
Algunas veces al mes	10.1	8.9	20.1	18.9	9.8	17.8	12.9	9.3	4.2	21.1	11.8	23.6	3.3	13.7	12.6	19.9	25.6	15.3
Nunca	69.8	69.2	67.3	55.3	84.5	65.8	70.4	85.0	92.9	57.1	67.2	53.6	88.4	80.8	68.2	66.2	58.4	63.5
Total : 100%																		
Base: Total de entrevistados	8435	1213	452	454	451	450	450	452	451	450	451	450	450	454	453	452	450	452

Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Julio, 2013.

**TOTAL NACIONAL
POR CIUDADES**

ACUERDO O DESACUERDO RESPECTO A TVPERÚ SEGUN FRASES

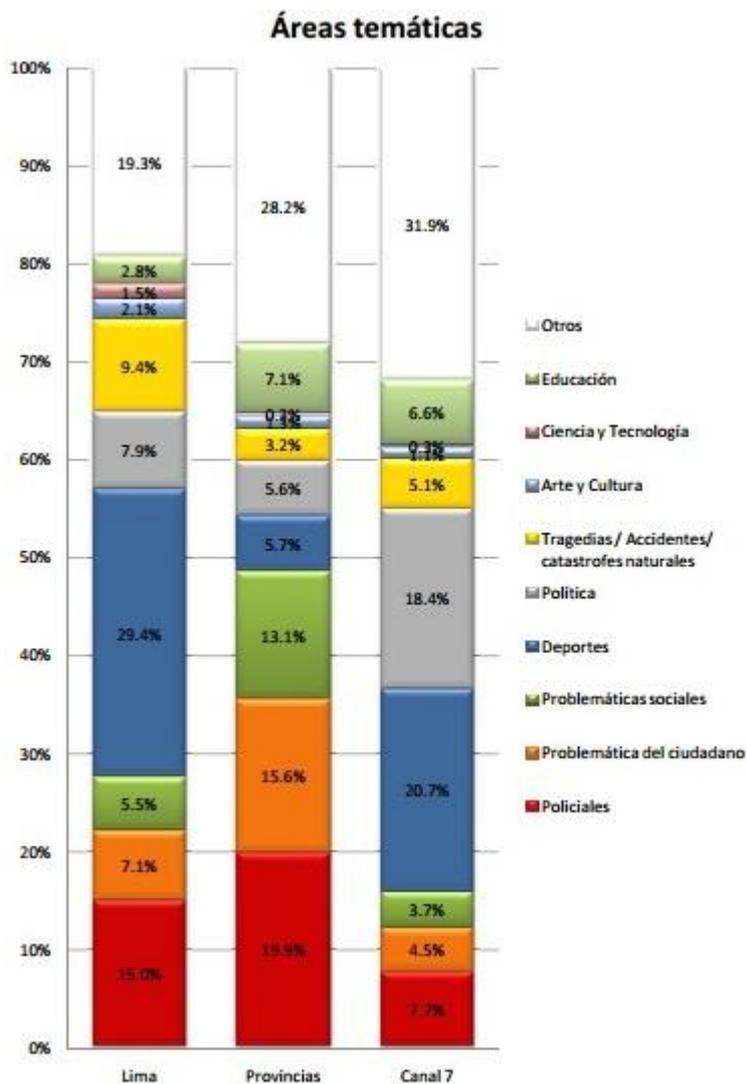
TOTAL	CIUDADES																	
	Lima y Callao	AQP	Cusco	Chicl.	Iquit.	Truj.	Piura	Cajam.	Hyo.	Pucal.	Puno	Chimb.	Tacna	Huaraz	Ica	Ayac.	Hco.	
ME ENTERO DE LO QUE SUCEDE EN MI LOCALIDAD	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. Totalmente de acuerdo	9.6	10.5	7.7	14.2	0.9	16.4	12.5	2.6	0.0	1.8	5.6	3.5	1.3	8.4	0.0	4.1	6.0	5.7
2. Bastante de acuerdo	52.7	59.7	52.1	42.4	22.0	31.7	32.6	26.2	19.7	20.4	13.6	42.2	5.3	32.3	6.7	30.8	34.3	12.6
3. Poco de acuerdo	29.9	27.0	30.4	31.4	44.3	37.9	43.7	33.8	33.6	59.0	37.4	35.5	25.7	34.4	87.6	35.4	44.8	48.3
4. Nada de acuerdo	7.5	2.6	9.3	11.6	32.4	14.1	11.1	35.9	45.4	18.8	43.5	18.5	66.0	23.4	5.4	29.7	14.9	33.3
No sabe / no opina	0.3	0.2	0.5	0.3	0.3	0.0	0.0	1.5	1.3	0.0	0.0	0.3	1.7	1.4	0.3	0.0	0.0	0.0
Puntaje Promedio	2.4	2.2	2.4	2.4	3.1	2.5	2.5	3.0	3.3	2.9	3.2	2.7	3.6	2.7	3.0	2.9	2.7	3.1

ES UN VOCERO DEL GOBIERNO DE TURNO																			
1. Totalmente de acuerdo	22.7	22.8	6.2	36.9	9.4	44.2	21.7	22.1	15.7	13.8	49.5	18.1	23.8	10.5	25.4	16.7	17.0	49.5	
2. Bastante de acuerdo	53.7	58.2	33.2	42.2	49.1	39.9	30.4	44.4	43.2	49.0	30.1	46.0	38.9	17.2	60.9	38.5	41.4	34.0	
3. Poco de acuerdo	18.1	14.9	50.5	17.4	35.2	11.8	30.1	18.5	27.9	35.4	15.0	23.3	28.7	44.7	11.4	27.4	26.7	13.6	
4. Nada de acuerdo	4.6	3.3	9.0	2.6	2.8	4.1	17.8	10.0	6.1	1.8	5.4	12.2	5.6	25.4	2.1	17.4	14.7	2.9	
No sabe / no opina	0.9	0.8	1.0	0.9	3.5	0.0	0.0	5.0	7.0	0.0	0.0	0.3	3.0	2.2	0.3	0.0	0.3	0.0	
Puntaje Promedio	2.0	2.0	2.6	1.9	2.3	1.8	2.4	2.2	2.3	2.3	1.8	2.3	2.2	2.9	1.9	2.5	2.4	1.7	
Total : 100%																			

Base: Entrevistados que ven TV Perú	6709	928	388	344	318	391	359	340	229	398	428	287	303	418	386	390	382	420
-------------------------------------	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

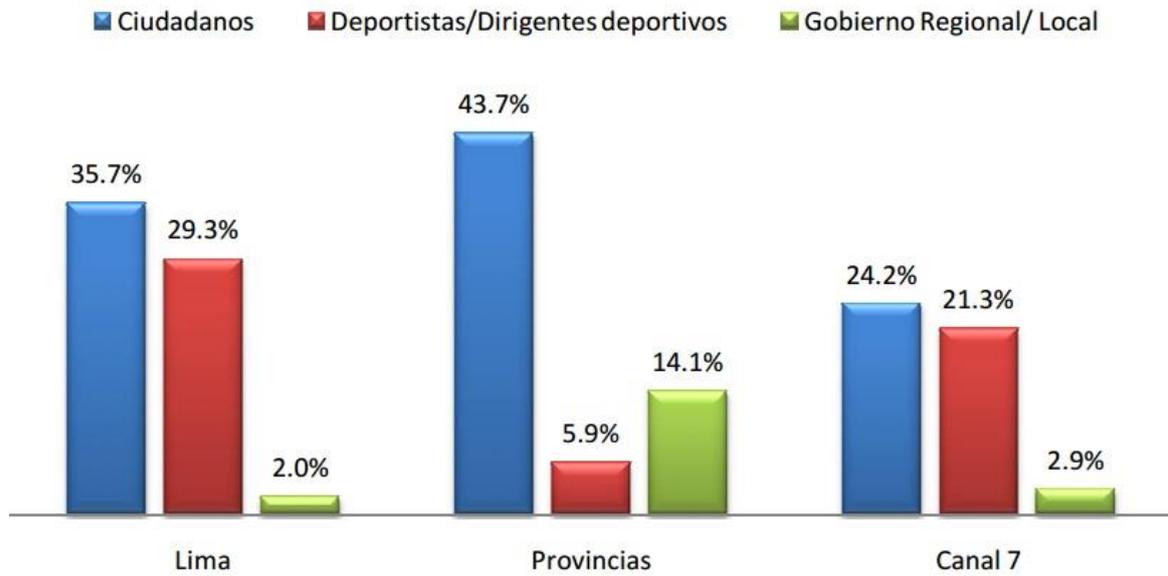
Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Julio, 2013.

2. Encuesta sobre programas de noticias difundidos en televisión de señal abierta, principales áreas temáticas.



Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

Actores sociales



Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

RESULTADOS COMPARATIVOS DE LOS NOTICIARIOS DE LOS CANALES DE TELEVISION DE PROVINCIAS

SEGÚN CIUDADES

TOTAL EMISIONES

PROPORCION DE LAS DIFERENTES AREAS TEMATICAS DENTRO DEL NOTICARIO

	PIURA		CHICLAYO		CAJAM.	TRUJILLO		HUANCAYO		AREQUIPA		CUSCO		IQUITOS		Prom.
	Primera Edición	24 Horas	Primera Edición	24 Horas	Notti 7	Primera Edición	Universal TV	Primera Edición	24 Horas	Primera Edición	TV Noticias	Solar Noticias	Buenos Dias	24 Horas	El Loreano	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
5. Áreas temáticas																
Política	4.0	0.0	4.1	6.1	5.4	5.3	16.2	8.8	5.3	0.0	5.2	9.2	9.8	0.0	4.8	5.6
Conflictos Bélicos y terrorismo	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
Justicia	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	1.3	2.0	0.0	1.0	0.4
Economía	4.0	3.8	0.0	0.0	1.4	0.0	1.5	1.8	5.3	1.8	1.7	3.9	3.9	0.0	2.9	2.1
Salud	8.0	3.8	4.1	6.1	8.1	10.5	8.8	5.3	10.5	3.5	2.6	9.2	2.0	18.8	4.8	7.1
Mortalidad	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Salud materna	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
Salud en general	8.0	3.8	4.1	6.1	8.1	8.8	5.9	5.3	10.5	3.5	2.6	9.2	2.0	18.8	4.8	6.8
Educación	0.0	7.7	8.2	9.1	12.2	1.8	5.9	15.8	10.5	7.0	7.8	5.3	3.9	6.3	5.8	7.1
Policiales	38.0	46.2	22.4	9.1	8.1	26.3	23.5	12.3	31.6	12.3	9.6	7.9	9.8	31.3	10.6	19.9
Narcotráfico	4.0	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	1.8	0.9	0.0	3.9	6.3	1.0	1.7
Robos / Asaltos	16.0	11.5	2.0	0.0	1.4	3.5	4.4	0.0	0.0	5.3	1.7	1.3	2.0	6.3	3.8	3.9
Violencia familiar	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.1
Agresiones y violencia sexual	2.0	7.7	0.0	0.0	0.0	1.8	1.5	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2
Suicidios	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
Seguridad ciudadana	10.0	15.4	0.0	0.0	1.4	1.8	8.8	0.0	21.1	0.0	0.9	3.9	2.0	12.5	1.9	5.3
Prostitución	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Asesinatos	2.0	0.0	2.0	3.0	1.4	12.3	5.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	1.0	1.9
Otras	4.0	11.5	12.2	6.1	4.1	7.0	1.5	7.0	5.3	5.3	5.2	1.3	2.0	6.3	2.9	5.4
Tragedias / Accidentes	2.0	0.0	4.1	0.0	1.4	12.3	11.8	0.0	0.0	5.3	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
Accidentes automovilísticos	2.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	7.4	0.0	0.0	5.3	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2
Otros accidentes	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	12.3	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
Catástrofes Naturales	0.0	3.8	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	1.0	0.6
Religión y moral	2.0	3.8	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
Deportes	4.0	0.0	6.1	0.0	10.8	14.0	0.0	5.3	0.0	3.5	15.7	18.4	5.9	0.0	1.9	5.7
Fútbol Nacional	2.0	0.0	6.1	0.0	9.5	14.0	0.0	1.8	0.0	3.5	7.8	17.1	5.9	0.0	1.9	4.6
Fútbol Internacional	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Otros Deportes	2.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	3.5	0.0	0.0	6.1	1.3	0.0	0.0	0.0	1.0

Provincias - 02

Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.



Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

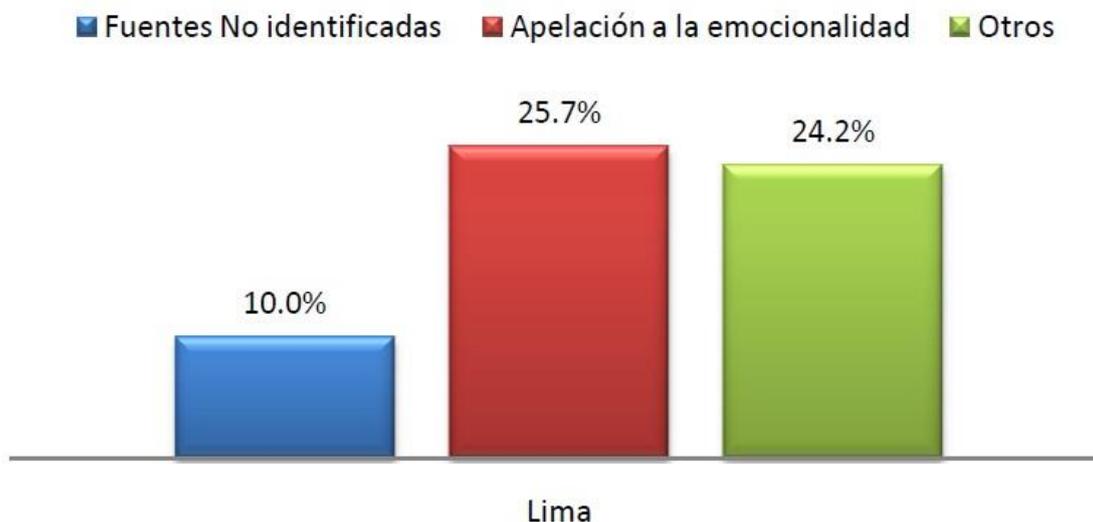
**RESULTADOS COMPARATIVOS DE LOS NOTICARIOS DE LOS CANALES DE TELEVISION DE PROVINCIAS
SEGÚN CIUDADES
TOTAL EMISIONES**

	PIURA		CHICLAYO		CAJAM.	TRUJILLO		HUANCAYO		AREQUIPA		CUSCO		IQUITOS		Prom.
	Primera Edición	24 Horas	Primera Edición	24 Horas	Noti 7	Primera Edición	Universal TV	Primera Edición	24 Horas	Primera Edición	TV Noticias	Solar Noticias	Buenos Dias	24 Horas	El Loretano	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
8. Calidad Periodística																
8.1. Relevancia de la noticia	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Relevancia intrínseca:	50.0	69.2	34.7	39.4	24.3	73.7	67.6	38.6	21.1	33.3	47.0	31.6	27.5	56.3	9.6	41.6
Por Magnitud	12.0	11.5	14.3	15.2	1.4	5.3	2.9	1.8	0.0	7.0	26.1	0.0	3.9	18.8	0.0	8.0
Por Intensidad del Impacto	12.0	11.5	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.8	0.0	3.1
Por notoriedad pública de los personajes involucrados	0.0	0.0	14.3	15.2	1.4	1.8	2.9	1.8	0.0	7.0	26.1	0.0	3.9	0.0	0.0	5.0
Por Alcance	38.0	53.8	20.4	24.2	23.0	66.7	63.2	36.8	21.1	24.6	20.9	31.6	23.5	31.3	9.6	32.6
Por Curiosidad	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	1.8	1.5	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	1.0
Relevancia de tratamiento:	50.0	30.8	65.3	60.6	75.7	26.3	32.4	61.4	78.9	66.7	53.0	68.4	72.5	43.8	90.4	58.4
8.2. Uso de fuentes	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Si usan	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1	70.0	42.3	36.7	66.7	89.2	82.5	83.8	59.6	52.6	84.2	85.2	97.4	98.0	62.5	96.2	73.8
2	20.0	38.5	28.6	18.2	5.4	8.8	10.3	21.1	31.6	10.5	11.3	1.3	0.0	37.5	1.9	16.3
3	8.0	19.2	22.4	12.1	4.1	7.0	4.4	14.0	15.8	0.0	1.7	1.3	0.0	0.0	1.0	7.4
4	2.0	0.0	10.2	3.0	1.4	1.8	0.0	3.5	0.0	3.5	0.9	0.0	2.0	0.0	0.0	1.9
No usan	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Aporte Informativo de fuentes																
Si tienen	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
No tienen	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Consistencia de fuentes																
Si son consistentes	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
No son consistentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
8.3. Elaboración del Relato																
Procesamiento	30.0	11.5	30.6	33.3	6.8	24.6	42.6	5.3	5.3	78.9	33.0	1.3	2.0	0.0	14.4	21.3
Transcripción	70.0	88.5	69.4	66.7	93.2	75.4	57.4	94.7	94.7	21.1	67.0	98.7	98.0	100.0	85.6	78.7

Provincias - 08

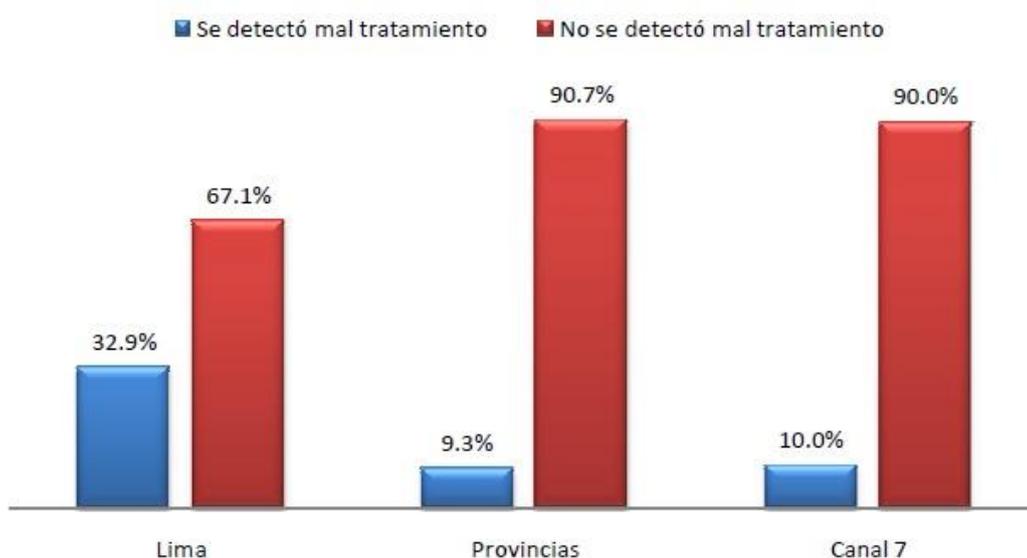
Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

Ética periodística: se detectó mal tratamiento Lima



Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

Ética periodística



Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

**RESULTADOS COMPARATIVOS DE LOS NOTICIARIOS DE LOS CANALES DE TELEVISION DE PROVINCIAS
SEGÚN CIUDADES
TOTAL EMISIONES**

	PIURA		CHICLAYO		CAJAM.	TRUJILLO		HUANCAYO		AREQUIPA		CUSCO		IQUITOS		Prom.
	Primera Edición	24 Horas	Primera Edición	24 Horas	Noti 7	Primera Edición	Universal TV	Primera Edición	24 Horas	Primera Edición	TV Noticias	Solar Noticias	Buenos Dias	24 Horas	El Loreano	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
8. Calidad Periodística																
8.4. Relación entre el Texto y la Imagen de la Nota																
Aporte Significativo	80.0	84.6	36.7	45.5	16.2	94.7	95.6	12.3	10.5	77.2	40.0	14.5	15.7	100.0	10.6	48.9
Apoyo neutro	20.0	15.4	63.3	54.5	81.1	5.3	4.4	87.7	89.5	22.8	60.0	78.9	84.3	0.0	86.5	50.3
Ausencia de Imágenes	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.6	0.0	0.0	2.9	0.8
8.5. Contraste de Opiniones e Ideas Solo en Notas controversiales																
Hay contraste					100.0			100.0	100.0						25.0	54.2
No hay contraste					0.0			58.3	50.0						75.0	45.8
8.6. Autopromoción:																
Si tienen	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
No tienen	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
8.7. Colocación de Productos:																
Si tienen	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7
Solo se exhibe	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7
No tienen	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	60.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	97.3
9. Ética Periodística																
No se detectó un mal tratamiento ético	80.0	100.0	100.0	100.0	60.0	100.0	100.0	40.0	80.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	90.7
Si se detectó un mal tratamiento ético	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.3
Fuentes no identificadas	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
Trato discriminatorio o descalificatorio	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7
Imágenes de Archivo Distorsionadoras	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3

Provincias - 09

Fuente: Ad Rem S.A.C. Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Febrero - Mayo, 2008.

3. CALANDRIA:

¿Cuáles de las siguientes cualidades le parecen muy importantes en un noticiero televisivo?

	Chimbote		Lima		Arequipa		Iquitos		Trujillo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Objetividad y veracidad	151	30.9	227	33.8	185	31.4	154	34.8	172	37.8	889	33.6
Permite conocer la realidad	53	10.9	91	13.6	99	16.8	44	9.9	42	9.2	329	12.4
Brindar explicación de los hechos	71	14.5	53	7.9	63	10.7	66	14.9	59	13.0	312	11.8
Proporciona información clara y comprensible	45	9.2	93	13.9	71	12.0	47	10.6	51	11.2	307	11.6
Incluye reportajes	41	8.4	64	9.5	50	8.5	49	11.1	41	9.0	245	9.3
Da lugar a opiniones diferentes	41	8.4	53	7.9	42	7.1	26	5.9	30	6.6	192	7.3
Uso de varias fuentes de información	33	6.8	30	4.5	32	5.4	22	5.0	16	3.5	133	5.0
No muestran rostros de niños violados , raptados o asesinados	22	4.5	27	4.0	27	4.6	11	2.5	19	4.2	106	4.0
Respeto la vida privada de las personas	22	4.5	27	4.0	15	2.5	22	5.0	16	3.5	102	3.9
Todos					2	.3	1	.2	4	.9	7	.3
NS/NR	9	1.8	6	.9	4	.7	1	.2	5	1.1	25	.9
Total	488	100	671	100	590	100	443	100	455	100	2647	100

Fuente: Veeduría de la Comunicación. Consulta Ciudadanía. Agosto, 2008.

¿Usted que sugeriría para que la televisión mejore la calidad de la información que nos brinda?

	Chimbote		Lima		Arequipa		Iquitos		Trujillo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Veracidad, objetividad, independencia, imparcialidad	179	35.8	228	33.6	200	31.7	144	29.1	157	31.8	908	32.5
Programas educativos, culturales y campañas creativas	69	13.8	57	8.4	62	9.8	34	6.9	45	9.1	267	9.5
Mas valores y menos morbosidad y amarillismo	31	6.2	86	12.7	42	6.7	31	6.3	50	40.1	240	8.6
Información de calidad con varias fuentes y claridad	30	6.0	57	8.4	38	6.0	44	8.9	36	7.3	205	7.3
Información sobre el país	14	2.8	20	2.9	16	6.5	12	2.4	17	3.4	79	2.8
Diversidad de opiniones	4	.8	22	3.2	6	1.0	7	1.4	5	1.0	44	1.6
Control censura			27	4.0			2	.4	1	.2	30	1.1
Otros	98	19.6	108	15.9	119	18.9	97	19.6	92	18.6	514	18.4
NS/NR	75	15.0	73	10.8	147	23.3	124	25.1	91	18.4	510	18.2
Total	500	100	678	100	630	100	495	100	494	100	2797	100

Fuente: Veeduría de la Comunicación. Consulta Ciudadanía. Agosto, 2008.

GUÍA DE ANALISIS DE CONTENIDO PARA FICHA DE ANALISIS EVALUACIÓN DE LA VARIBLE OFERTA
INFORMATIVA

EDICION	N°	NOTAS INFORMATIVAS			T.P	T.T
		POLICIALES				
		TITULARES	FUENTE	T.FUENTE		
	1					
	2					
	3					
	4					
	5					
	6					
	7					
	8					
		SUBTOTAL				
		POLITICA				
	9					
		SUBTOTAL				
		INTERNACIONAL				
	10					
	11					
		SUBTOTAL				
		LOCALES				
	12					
		SUBTOTAL				
		TOTAL				

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DE LA URBANIZACIÓN
NICOLÁS GARATEA**

Datos del informante:

Edad:

Varón

Mujer

Instrucciones: Marcar con una X la alternativa que usted considere correcta.

1. ¿Qué noticiero de televisión nocturno nacional prefiere para informarse?

- a) Tv Perú Noticias Edición Central
- b) Atv Noticias Edición Central

2. ¿Cuánto interés le genera a usted las informaciones que se emiten en los noticieros de televisión nocturnos nacionales?

- a) Poco
- b) Mucho
- c) Nada

3. ¿Qué utilidad le genera las informaciones de los noticieros nocturnos nacionales al poblador?

- a) Estar enterado de los acontecimientos nacionales y regionales.
- b) Poder opinar sobre los hechos noticiosos que ocurren día a día.
- c) Ninguna

4. ¿Qué tipo de noticia usted prefiere consumir en el noticiero por el que se informa?

- a) Policial
- b) Política
- c) Local
- d) Internacional

- 5. La presentación de noticias que difunde el noticiero por el que usted prefiere informarse recurre a muchas fuentes:**
- a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) Algunas
 - d) Pocas veces
 - e) Nunca
- 6. ¿A usted le parece atractiva la forma en la que los conductores presentan las noticias en el noticiero que usted prefiere informarse?**
- a) Muy atractiva
 - b) Poco atractiva
 - c) No me parece nada atractiva
- 7. ¿Qué tipo de exceso usted ha observado que se presenta al difundirse las informaciones en el noticiero por el que usted prefiere informarse?**
- a) Los periodistas no respetan la vida privada de las personas.
 - b) Asumen que los procesados son culpables.
 - c) Exponen a los niños y no cuidan proteger su identidad.
- 8. ¿Considera usted que las informaciones que difunde el noticiero por el que usted prefiere informarse son trascendentes?**
- a) Siempre
 - b) Eventualmente
 - c) Usualmente
 - d) Pocas veces
 - e) Nunca
- 9. ¿Usted está conforme con la cantidad de informaciones policiales que le brinda el noticiero por el que usted prefiere informarse?**
- a) Muy conforme
 - b) Algo conforme
 - c) Poco conforme
 - d) No estoy conforme
- 10. ¿En su opinión que noticias no tienen suficiente espacio en el noticiero por el que usted se informa?**
- a) Deportes
 - b) Farándula
 - c) Económicas
 - d) Tecnología
 - e) Otras

CARACTERISTICAS SOCIO-DEMOGRAFICAS Y DE VIVIENDA**URBANIZACION: NICOLAS GARATEA****DEPARTAMENTO: ANCASH****PROVINCIA : SANTA****DISTRITO : CHIMBOTE****CARACTERISTICAS****³ CIFRAS ABS.****DEMOGRAFICAS**

1. POBLACION	1156
1.1 Hombres	562
1.2 Mujeres	594
2. GRUPOS DE EDAD	1156
2.1 Menores de 1	30
2.1.1 De 1 a 4	157
2.1.2 De 5 a 14	309
2.1.3 De 15 a 64	650
2.1.4 De 65 y m s	10
3. MIGRACION	1148
3.1 Nativos	732
3.2 Migrantes	415
3.3 Extranjeros	1
4. MINUSVALIDOS	7
4.1 Con ceguera	5
4.1 Con retardo ¢ alteraciones mentales	1
4.1 Con polio	0

4.1 Invalidez de extremidades inferiores	0
4.1 Invalidez de extremidades superiores	0
4.1.6 Otros	1
5. EDUCATIVAS	
5.1 POBLACION ANALFABETA SEGUN SEXO	51
5.1.1 Hombres	24
5.1.2 Mujeres	27
5.2 NIVEL EDUCATIVO	
5.2.1 Sin Nivel	25
5.2.2 Inicial Preescolar	35
5.2.3 Primaria	315
5.2.4 Secundaria	365
5.2.5 Superior	213
6. LABORALES	
6.1 Pea de 6 a 14 años	4
6.2. Pea de 15 y más años de edad	386
6.3 Ocupados	339
6.4 Desocupados	47
7. OCUPACION PRINCIPAL	
7.1 Agricultores y trab. calif. agrícolas	10
7.2 Obreros de manuf., minas, construc. y otros	104
7.3 Comerciantes al por menor	28
7.4 Vendedores ambulantes	8
7.5 Trab. no calif. de Serv. (exc. vend. amb.)	21
7.6 Otros	160

8. CATEGORIA OCUPACIONAL	
8.1 Asalariado	252
8.2 Independiente	77
8.3 Patrono	4
8.4 Trab. Fam. no Remunerado	10
8.5 Trab. del Hogar	5
9. ACTIVIDAD ECONOMICA	
9.1 Extractiva	14
9.2 Transformación	75
9.3 Servicios	232
10. CARACTERISTICAS SOCIALES	
10.1 ESTADO CIVIL	
10.1.1 Conviviente	157
10.1.2 Casado(a)	318
10.1.3 Soltero(a)	222
10.1.4 Otros	31
10.2 JEFATURA DE HOGAR	307
10.2.1 Hombre	252
10.2.2 Mujer	55
11. DE LA MUJER	
11.1 Promedio hijos por mujer (40 a 49 años)	4
11.2 Mujeres de 15 a 49 con m s de 4 hijos	27
11.3 Madres Solteras (12 a 49 años)	15
- De 12 a 19	3

- De 20 a 29	5
- De 30 a 49	7
11.4 Madres Adolescentes (12 a 19 años)	6
12. DEL HOGAR Y VIVIENDA	
12.1 Total de Viviendas	952
12.2 Total de Hogares	307
13. TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR	3.76
14. TIPO DE VIVIENDA (Ocupadas y Desocupadas)	952
14.1 Casa independiente	936
14.2 Vivienda improvisada	15
14.3 Otros	1
15. TENENCIA DE LA VIVIENDA (Ocupadas)	306
15.1 Propia	212
15.2 Alquilada	5
15.3 Ocupada de hecho	63
15.4 Otros	26
16. MATERIAL DE CONSTRUCCION DE LA VIVIENDA	
16.1 PAREDES	306
- De ladrillo o bloque de cemento	279
- De quincha	0
- De piedra con barro	0
- De madera	2
- De estera	25
- Otros	0
16.2 TECHO	306

- De concreto armado	231
- De plancha de calamina o similares	10
- Caña o estera con torta de barro	43
- De paja, etc.	1
- Otro Material	21
17. SERVICIOS DE LA VIVIENDA	
17.1 ABASTECIMIENTO DE AGUA	306
- De red pública dentro y fuera de la viv.	1
- Pílan de uso público	300
- Camión cisterna o similar	2
- Otros	3
17.2 SERVICIO HIGIENICO CONECTADO A:	306
- Red pública dentro y fuera de la viv	44
- A pozo ciego o negro	131
- Otros	9
- No tiene	122
17.3 ALUMBRADO ELECTRICO	306
- Si tiene	190
- No tiene	116
18. VIVIENDAS CON SOLO UNA HABITACION	149
18.1 CARACTERISTICAS DEL HOGAR	
- Sin habitación exclusiva para dormir	141
- Con uso de serv. higiénicos compartido	65

- Con espacio para actividad económica	21
--	----

18.2 EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

- Sin artefacto electrodoméstico	58
----------------------------------	----

- Con solo Radio	45
------------------	----

- Con solo Radio, TV B/N o color	238
----------------------------------	-----

- Con Máquina de coser	48
------------------------	----

- Con Refrigeradora	80
---------------------	----

- Con Triciclo para trabajo	10
-----------------------------	----

- Con 4 y más artefactos electrodomésticos	25
--	----

FUENTE: INEI - IX CENSO DE POBLACION Y IV DE VIVIENDA 2007

Entrevistas a comunicadores sociales sobre la Oferta Informativa de los noticieros nocturnos nacionales

- “La periodista y conductora del noticiero 90 Central **Mónica Delta Parodi** declaró sobre los contenidos de los noticieros nocturnos nacionales”. (M. Delta, comunicación personal, 7 de junio de 2014).

“La sintonía aunque haya sido satanizada es lo que te manda”. Así de contundente fue la **periodista y conductora del noticiero nocturno nacional 90 Central Mónica Delta Parodi** al ser consultada sobre lo que determina los contenidos de los noticieros de señal abierta, aquellos que satisfacerían las necesidades informativas del televidente.

“Es lo que finalmente tú dices cual es la necesidad o cual es la relevancia que le da tú público objetivo a determinado tipo de información, entonces en la medida en que tú vas midiendo eso, es lo que tú le entregas; un contenido que está dirigido a ese público objetivo”, señaló la periodista.

Justificó, además, que en las informaciones policiales de los noticieros de televisión nocturnos nacionales el público casi siempre aparezca como víctima de las noticias. “Es una forma de llegar al corazón de la gente y llamar la atención, volviendo al tema de lo que paso con la hija de Nolasco nosotros nos hemos identificado con su pena, con su dolor, por eso Lima ha volteado a mirar y a escuchar, entonces en la identificación está el primer paso para tomar decisión de algo”, comentó.

Asimismo, rechazo que las informaciones de corte policial en algún momento trasgredan la sensibilidad del televidente.

“Si se trasgrediera la sensibilidad, la gente rechazara lo ve cambiaria de canal, yo parto del principio de la libertad, yo creo que nosotros no podemos hacer es vulnerar la moral digamos o las coordenadas básicas de como subsiste una sociedad, pero dentro de eso la libertad la tiene el que maneja el control remoto”, acoto Mónica Delta.

Además, tras ser consultada sobre si el noticiero de Tv Perú Noticias cumple con la misión de ser el canal de los peruanos o del gobierno, dijo que

básicamente no se cumple. “Cada inquilino de palacio, cada cinco años dicta una manera de ver las cosas”, refirió la comunicadora social.

También, sostuvo que los noticieros nocturnos nacionales de señal abierta han avanzado en el trabajo de apertura para que el ciudadano sea un agente activo en la sociedad.

“Ahora más que nunca con las redes sociales y con otros instrumentos informativos que hay, creo que hay una interacción y una dinámica que no conocíamos por ejemplo los años 80, se ha cambiado mucho eso”, finalizó.

- **“El Periodista y director de la Primera Edición Chimbote América Televisión Nilton Gamboa Carranza. declaró sobre los contenidos de los noticieros nocturnos nacionales”. (N. Gamboa, comunicación personal, 16 de junio de 2014).**

Para el periodista y director de la Primera Edición Chimbote América Televisión Nilton Gamboa Carranza, existe centralismo en los contenidos de los noticieros nocturnos nacionales; que estarían movidos por intereses empresariales, políticos y personales.

“Siempre ha sido muy centralista y hoy la sigue siendo todavía; pero creo que hay esfuerzos también en el sentido de descentralizar; ojo, pero no nos olvidemos, que todo parte de una realidad no solo es que hay intereses, sino que Lima concentra un tercio de la población nacional de 30 millones de peruanos Lima tiene casi 10 ósea es casi un tercio del Perú, entonces es inevitable ver ese reflejo un poco más a veces más lo que ocurre en Lima, explicó el comunicador social.

Reconoció, además, qué se ha llegado a una homogenización de oferta. “Hemos llegado en un momento todos los medios a la conclusión bueno lo que vende es esto, entonces hay que darle esto a la gente; pero hay la intención de

romper con esa homogeneidad; es decir si todos apuestan por lo fácil, el escándalo, las muertes, las gentes llorando en la televisión eso vende.

También, dijo que la actual directora general de América Televisión tiene una visión muy amplia para romper con la homogenización de contenidos; por ejemplo incluir temas muy importantes como el respeto a las personas, el respeto al dolor humano, cuidar a los niños como lo presentamos en la televisión, son aspectos importantes porque tienen que ver con el ser humano.

Además, tras ser preguntado si cree que los empresarios de los medios no miran a las personas como sujetos con derecho a recibir información de calidad, dijo que a veces los dueños de los medios pierden esa perspectiva y solo miran su negocio como todo negociante, pero los dueños de la televisión no son los periodistas, los periodistas son los trabajadores de esta otra área que es tratar de reflejar la realidad.

“Creo que habido un momento en que todos los medios han caído en un fondo penoso de pensar en que todos eran muy homogéneos en sus contenidos, muy pocos importantes; la oferta también responde a la demanda de los televidentes, ningún medio va a cambiar radicalmente diciendo a partir de ahora vamos a dar las notas políticas importantes, y la gente eso no lo va a consumir porque es parte de todo un proceso que tiene que ver con la educación, con la politización de los ciudadanos en fin es todo un proceso”, sostuvo el comunicador social.

Asimismo, dijo que la problemática que los empresarios de los medios no miren a las personas como sujetos con derecho a recibir información de calidad ha generado el empobrecimiento de contenidos informativos.

“Creo que en algún momento eso ha pasado, el recuerdo más cercano que tenemos es Fujimori con los diarios chichas cuando un poder quiere quedarse y empieza por ejemplo a manipular a medios, tiene el poder de manipular conciencias de periodistas, de los dueños de medios de comunicación entonces ahí se hace más fácil manipular y creo que ahí hay una clara respuesta de que los

contenidos de la televisión respondían a los intereses políticos, económicos y como respondía la televisión dándote contenidos pobres, manteniendo a la gente ignorante sin infórmale lo que debía informarle”, finalizó.